



Universidade de Aveiro
2012

Departamento de Línguas e Culturas

Nuno Xavier Teixeira
Riço

Relatório de Estágio em Edição na
Imprensa da Universidade de Coimbra



Universidade de Aveiro
2012

Departamento de Línguas e Culturas

**Nuno Xavier Teixeira
Riço**

**Relatório de Estágio em Edição na
Imprensa da Universidade de Coimbra**

Relatório de Estágio em Estudos Editoriais apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Estudos Editoriais, realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez, Professora Associada do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro, e coorientação do Professor Doutor Delfim Ferreira Leão, Diretor da Imprensa da Universidade de Coimbra.

Dedico este trabalho a meus pais, Graça e Júlio, a meu irmão Jorge e aos
meus avós António e Rosa

“Não importa quão devagar vais, desde que não pares.”

Confucius

o júri

Presidente

Prof. Doutor João Manuel Nunes Torrão
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

Orientadora

Prof. Doutora Maria Teresa Marques Baeta Cortez
Professora Associada do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

Coorientador

Prof. Doutor Delfim Ferreira Leão
Diretor da Imprensa da Universidade de Coimbra e Professor Catedrático da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

agradecimentos

Ao Director da Imprensa da Universidade e também coorientador de estágio, Professor Doutor Delfim Leão agradeço a oportunidade que me concedeu em estagiar na IUC. Agradeço também a forma como me apoiou nos trabalhos realizados e a amabilidade com que sempre me tratou.

À Dra. Maria João Padez deixo o meu agradecimento pelo voto de confiança para realizar as tarefas solicitadas, a total disponibilidade no esclarecimento de dúvidas e a simpatia demonstrada.

A minha gratidão estende-se igualmente a Carlos Costa, Catarina Salgado, Graça Gonçalves, Mickael Silva e Sandra Figueiredo, pela forma calorosa como me acolheram e integraram nesta “família”. Agradeço a amizade e exemplos de vida transmitidos.

À Carla Marques fica o meu agradecimento pelos esclarecimentos no projeto ID@UC.

À Professora Doutora Teresa Cortez agradeço a exigência demonstrada, o incentivo e o acompanhamento constante, que me permitiram crescer pessoal e profissionalmente.

Aos meus amigos Ana Lourenço, André Correia, Celestino Ferreira, Daniel Marques, Diogo Riço, Fátima Ferreira, Francisco Duarte, Hélio Portela, Irma Čižauskaitė, Joana Raposo, Luís Côtimos, Márcia Martins, Tânia Oliveira e tantos outros que me ajudaram com as suas palavras encorajadoras deixo o meu muito obrigado.

Por último, agradeço à minha família por ser porto de abrigo na minha vida, por acreditar sempre em mim e ter sido a principal responsável pela pessoa que hoje sou.

palavras-chave

Estudos editoriais, imprensa universitária, Imprensa da Universidade de Coimbra, Open Journal Systems, projeto ID@UC, revisão e normalização.

resumo

O presente trabalho inicia-se com uma breve apresentação da Imprensa da Universidade de Coimbra (IUC) de 1998 até à atualidade, na qual merecem destaque: o regulamento interno, a política editorial, a relação que a IUC mantém com a universidade, o associativismo editorial e as estratégias de *marketing* privilegiadas. No âmbito desta apresentação evidencia-se ainda a forma como a IUC aposta na edição *online* e a relação que mantém com o *open access*. A segunda parte deste trabalho é preenchida com o relatório do estágio por mim realizado na IUC, no âmbito do qual procuro registar e analisar as funções desempenhadas, muito especialmente aquelas que tive oportunidade de desenvolver em ligação com o projeto ID@UC.

keywords

Editorial studies, university press, Coimbra University Press, Open Journal Systems, ID@UC project, revision and normalization.

abstract

The current work begins with a short presentation of the Coimbra University Press (IUC) from 1998 to actuality, with emphasis in: internal regulation, editorial policy, the link between the IUC and the university, the editorial associations and the privileged marketing strategies. In the scope of this issue it's still regarded the way how the IUC backs online editions and the relation it maintains with the open access. The second part of this work concerns the internship report I had the chance to produce within the IUC, in the scope of which I tried to register and analyze the accomplished duties, specifically those connected with the ID@UC project in which I had the opportunity to partake in.

ÍNDICE GERAL

Índice de figuras.....	3
Índice de gráficos.....	3
Índice de tabelas.....	3
Introdução	5
1. A Imprensa da Universidade de Coimbra: de 1998 até à atualidade	7
1.1. O renascer das cinzas	7
1.2. Recursos humanos	11
1.3. A Imprensa e a sua Universidade	12
1.4. Associativismo editorial em Portugal	12
1.5. O <i>marketing</i> ao serviço da IUC	14
1.5.1. Produto.....	15
1.5.2. Distribuição.....	17
1.5.3. Preço	18
1.5.4. Comunicação	19
1.6. Apostas: edição <i>online</i>	21
1.7. A Imprensa Universitária: realidade atual	24
1.8. A Imprensa Universitária: que futuro?	27
2. Atividades de estágio	31
2.1. Análise crítica do sítio da IUC.....	31
2.2. Tarefas realizadas no âmbito do projeto ID@UC.....	33
2.2.1. Open Journal Systems.....	33
2.2.2. O projeto ID@UC	38
2.2.3. Tarefas realizadas	42
2.3. Elaboração de <i>press releases</i>	45
2.4. Revisão e normalização textual de provas	46
2.5. Atualização da plataforma de gestão editorial das obras da IUC	51

2.6. Controlo de qualidade de obras	53
2.7. Outras atividades.....	55
Conclusão.....	57
Bibliografia	59
Anexos	I
Anexo I – Comunicação e Educação Republicanas.....	III
Anexo II – Impressões sobre a Música Portuguesa	IV
Anexo III – Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos ..	V
Anexo IV – Lançamento da coleção Portugaliae Monumenta Neolatina.....	VII

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> – Imprensa da Universidade de Coimbra.....	7
<i>Figura 2</i> – Estrutura interna da IUC em janeiro de 2012	11
<i>Figura 3</i> – Padrão gráfico da coleção <i>Documentos</i> (antes da evolução).....	16
<i>Figura 4</i> – Atualização gráfica da coleção <i>Documentos</i>	17
<i>Figura 5</i> – Logótipos do projeto UC Digitalis	23
<i>Figura 6</i> – Utilização do OJS por continente	35
<i>Figura 7</i> – Fluxograma do processo editorial.....	37
<i>Figura 8</i> – Vantagens do projeto ID@UC.....	39
<i>Figura 9</i> – Revista <i>Psychologica</i> N.º 52.....	48
<i>Figura 10</i> – Trunfos de uma Geografia Ativa.	49
<i>Figura 11</i> – Noprelo	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1</i> – Número de títulos por ano	10
<i>Gráfico 2</i> – Evolução do número de utilizadores	34

ÍNDICE DE TABELAS

<i>Tabela 1</i> – Títulos já inseridos em OJS	41
<i>Tabela 2</i> – Ficha de controlo de qualidade	54

INTRODUÇÃO

No presente relatório procurarei apresentar criticamente o trabalho desenvolvido na Imprensa da Universidade de Coimbra (IUC) no âmbito da realização do estágio curricular do Mestrado em Estudos Editoriais. Com uma duração total de quatro meses, este estágio iniciou-se a 6 de setembro de 2011 e terminou a 13 de janeiro do ano seguinte.

O estágio na IUC permitiu-me contactar *in loco* com o mundo editorial.

Durante o período que colaborei com esta editora universitária desenvolvi várias tarefas, que me possibilitaram pôr em prática os conhecimentos, teóricos e práticos, adquiridos curricularmente no Mestrado em Estudos Editoriais, particularmente nas disciplinas de Revisão Textual e Multimédia Editorial. Além destes, pude aplicar muitos dos saberes adquiridos na Licenciatura de Documentação e Arquivística que possuo, bem como muitos ensinamentos obtidos na realização de estágios noutros contextos.

Por forma a tornar o relatório simples e de fácil leitura decidi estruturá-lo em duas grandes partes. Na primeira parte irei debruçar-me sobre a Imprensa da Universidade de Coimbra, após a sua reativação, em 1998, centrando-me nos seguintes pontos: o regulamento interno, a política editorial, os recursos humanos, a relação que mantém com a universidade e com o associativismo editorial, bem como o *marketing* que utiliza para divulgar os seus produtos. Procurarei ainda enquadrar a IUC no panorama da edição universitária portuguesa.

Pretendo igualmente, nesta primeira parte, evidenciar como esta editora aposta na edição *online* e mostrar a relação que mantém com o *open access*.

Numa segunda parte, caracterizarei o projeto ID@UC, o *software* que lhe está subjacente (*Open Journal Systems*) e as tarefas por mim realizadas no âmbito desse projeto. Procederei também à descrição das atividades executadas no estágio, como a análise crítica do sítio da IUC, a elaboração de *press releases*, a revisão e a normalização textual de provas, a atualização da plataforma de gestão editorial das obras da IUC, o controlo de qualidade de obras. Por último, procurarei fazer um balanço do estágio curricular, designadamente, das competências adquiridas.

1. A IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA: DE 1998 ATÉ À ATUALIDADE

1.1. O renascer das cinzas

A Imprensa da Universidade de Coimbra é uma instituição com vários séculos de existência. Os primórdios da sua criação remontam a 21 de março de 1548, ano em que D. João III, por meio de alvará, aprovou a contratação de impressores para trabalharem, de forma exclusiva, para a Universidade. Formalmente esta editora foi criada em 1792 pelo Marquês de Pombal.

Além de pertencer ao património cultural e imaterial da cidade de Coimbra, esta casa editorial faz parte da cultura portuguesa. A identidade que apresenta atualmente é fruto da sua extensa e rica história, que conheceu tempos particularmente atribulados.¹ A importância que esta editora teve foi de tal ordem que conseguiu sobreviver e adaptar-se aos diversos regimes políticos que vigoraram em Portugal.



Fonte: Própria

Figura 1 – Imprensa da Universidade de Coimbra

¹ Em virtude de a história da Imprensa da Universidade de Coimbra já ter sido apresentada em relatórios de estágio anteriores (cf. Cardoso, 2009, Almeida, 2011, Silva, 2011) referirei apenas a história mais recente.

O século XX foi, sem dúvida, muito penalizante para a Imprensa da Universidade de Coimbra. Após ter sido formalmente deslocalizada em junho de 1934 para a Imprensa Nacional, pelo então primeiro-ministro António de Oliveira Salazar, a atividade editorial da Imprensa só viria a ser reativada passados 64 anos.

Após uma fase de trabalhos preparatórios, no âmbito da qual se destaca o estudo pedido pelo Reitor da Universidade de Coimbra, Prof. Doutor Rui Alarcão, em 1986, ao Professor Doutor Luís Reis Torgal, no sentido de averiguar a possibilidade de criação de uma editora universitária, conseguiram-se reunir finalmente as condições necessárias à reabertura da Imprensa da Universidade de Coimbra, o que viria a acontecer em 1998, com a nomeação do Prof. Doutor Fernando Regateiro para o cargo de diretor.

Em maio de 1999, foi nomeado o conselho editorial, sendo dois meses mais tarde aprovado o Regulamento pelo qual esta editora se passaria a reger (Imprensa da Universidade de Coimbra, 2001). Com o passar dos tempos, a necessidade de o rever e atualizar foi-se acentuando, e, a 1 de fevereiro de 2006, o Senado da Universidade aprovou novo Regulamento.

Toda a atividade editorial realizada na Imprensa passou então a reger-se pelos objetivos definidos no Artigo 1.º do referido Regulamento: «a) Definir e executar a política editorial da Universidade; b) Programar, coordenar e orientar a publicação de obras de interesse cultural, científico e pedagógico; c) Desenvolver atividades e promover iniciativas de índole cultural, científica, pedagógica e promocional, que se enquadrem nos seus fins».

O Regulamento de 2006, além de definir os órgãos que constituem a IUC (Artigo 2.º), esclarece a forma como o Conselho Editorial é formado e as competências do mesmo.

O conselho em questão é de extrema importância para a vida da Imprensa, na medida em que as suas deliberações são decisivas para a vida da editora no plano editorial.

O órgão em causa é constituído pelo diretor da IUC, por um professor indicado pelo Conselho Científico ou órgão equiparado de cada uma das unidades orgânicas da Universidade, por dois elementos do Senado (um dos quais estudante) e por duas individualidades indicadas pelo Reitor (Artigo 8.º).

Segundo o Artigo 7.º do Regulamento cabe ao Conselho Editorial:

«a) Pronunciar-se sobre as grandes linhas da política editorial da Imprensa da Universidade;

b) Pronunciar-se sobre os critérios que devem presidir à encomenda de trabalhos para publicação;

c) Emitir pareceres sobre os méritos das obras a publicar;

d) Indicar especialistas que possam colaborar na concretização do disposto da alínea anterior;

e) Pronunciar-se sobre outros assuntos que sejam submetidos à sua apreciação, no âmbito das atribuições da Imprensa da Universidade».

Analisando as competências supracitadas torna-se evidente que os destinos da IUC estão invariavelmente dependentes da política editorial vigente. O estudo do catálogo da editora permite averiguar qual a linha editorial seguida em determinado momento e a evolução que teve com o passar dos tempos.

A linha editorial da IUC², ao mesmo tempo que procura cumprir os objetivos definidos no seu Regulamento, pretende refletir e acompanhar as evoluções operadas no mundo da edição, em particular as relacionadas com a edição em suporte digital. A entrada de alguns dos seus livros na plataforma *Google Books* é exemplo disso mesmo. Esta e outras medidas visam alargar o público-alvo, que cada vez é mais exigente e seletivo, tanto em termos de conteúdos, como também em termos de qualidade no plano dos suportes.

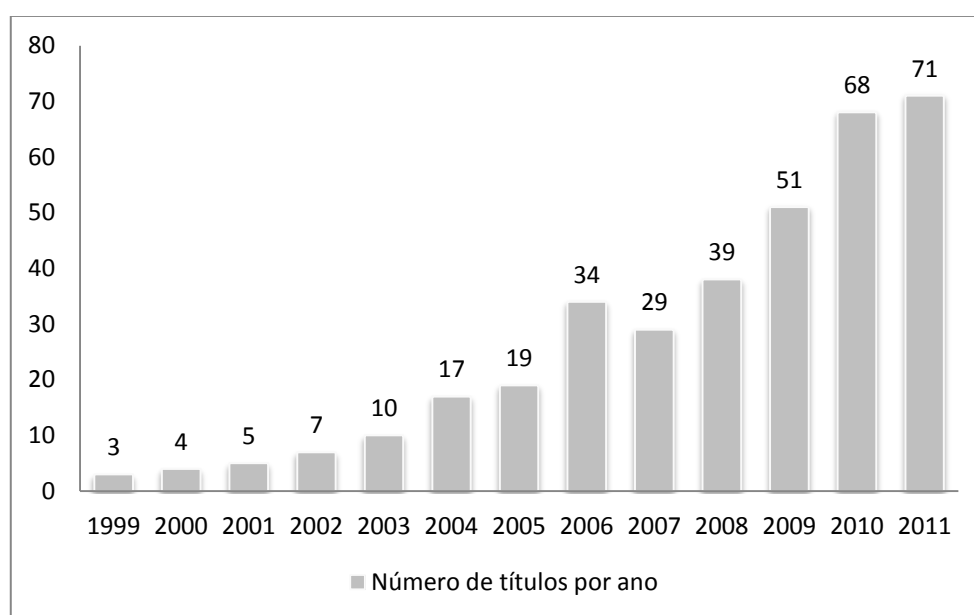
O catálogo recente da Imprensa da Universidade de Coimbra fechou o ano de 2011 com um total de 356 publicações. Porém, importa destacar que alguns desses títulos só foram apresentados ao público no início de 2012, devido a uma série de questões, como as relacionadas com atrasos dos autores.

Partindo para um nível de análise mais detalhado, refira-se que, no ano em que este organismo editorial foi reativado, foram publicados 3 títulos. Nos anos seguintes este número oscilou pouco: 4 em 2000, 5 em 2001, 7 em 2002 e 10 em 2003. É um facto que, nestes anos, a atividade editorial não foi alta. Todavia, deve ter-se em consideração que muito do trabalho realizado nestes anos foi investido na construção dos alicerces e das bases do projeto da IUC.

² Disponível em http://www.uc.pt/imprensa_uc/imprensa/politicaeditorial/ [Consult. 1 abril 2012].

Nos anos que se seguiram, assistiu-se à consolidação do catálogo com a publicação de 17 livros em 2004, 19 em 2005, 34 em 2006 e 29 em 2007. De 2008 a esta parte a quantidade de títulos editados por ano tem vindo a crescer num esforço claro de aumentar o acervo bibliográfico, diversificar conteúdos e áreas temáticas. Refira-se que em 2008 se publicaram 39 obras, em 2009, 51 títulos, em 2010, 68, e no ano transato, 71.³

O gráfico que se segue mostra a evolução do número de títulos publicados pela IUC desde a sua reativação até ao ano de 2011.



Fonte: IUC

Gráfico 1 – Número de títulos por ano

As obras publicadas na editora IUC encontram-se organizadas por coleções/séries monográficas. Inicialmente o catálogo estava muito direcionado para a área das Humanidades, com as séries *Documentos*, *Ensino* e *Investigação*.⁴ Contudo, esta situação veio a alterar-se paulatinamente até chegar aos dias de hoje. Existem atualmente 22 coleções: *Arquitectura*, *Camoniana*, *Ciências e Culturas*, *Ciências da Saúde*, *Classica Instrumenta*, *Coimbra Companions*, *Descobrir as Ciências*, *Documentos*, *Dramaturgo*, *Empreendedorismo e Gestão*, *Ensino*, *Estado da Arte*,

³ Seriam 85 títulos se contarmos com a parceria que foi estabelecida no Brasil para que os livros da IUC pudessem ser publicados nesse país. Contudo não devem ser considerados, em termos restritos, novas publicações.

⁴ Informação recolhida no relatório de estágio de Ana Rita Rodrigues de Almeida, realizado em 2011 na IUC.

Estudos - Humanidades, História Contemporânea, Investigação, Leonardo, Li, Lusitana Organa, Natura Naturata, Olhares, Portugaliae Monumenta Neolatina e República. Existe igualmente um grupo destinado a *Revistas* e outro a *Outros Títulos*.

A série *Documentos* é aquela que alberga o maior número de publicações, 59 ao todo. Seguem-se as coleções *Investigação* e *Ensino*, com 48 e 46 títulos respetivamente. A coleção *Lusitana Organa* estreou recentemente a publicação de um volume.

1.2. Recursos humanos

Ao longo dos tempos a Imprensa da Universidade de Coimbra teve de adaptar a sua estrutura interna às exigências que o mundo da edição lhe impõe e à pressão que o crescente volume de trabalho causa (motivado pelo aumento no número de títulos editados e pelos projetos em que está inserida). De forma a poder alcançar os objetivos a que se tinha proposto, a IUC aumentou os seus recursos humanos, em janeiro de 2012, com a entrada de dois bolseiros, ficando a sua estrutura organizada da seguinte forma:

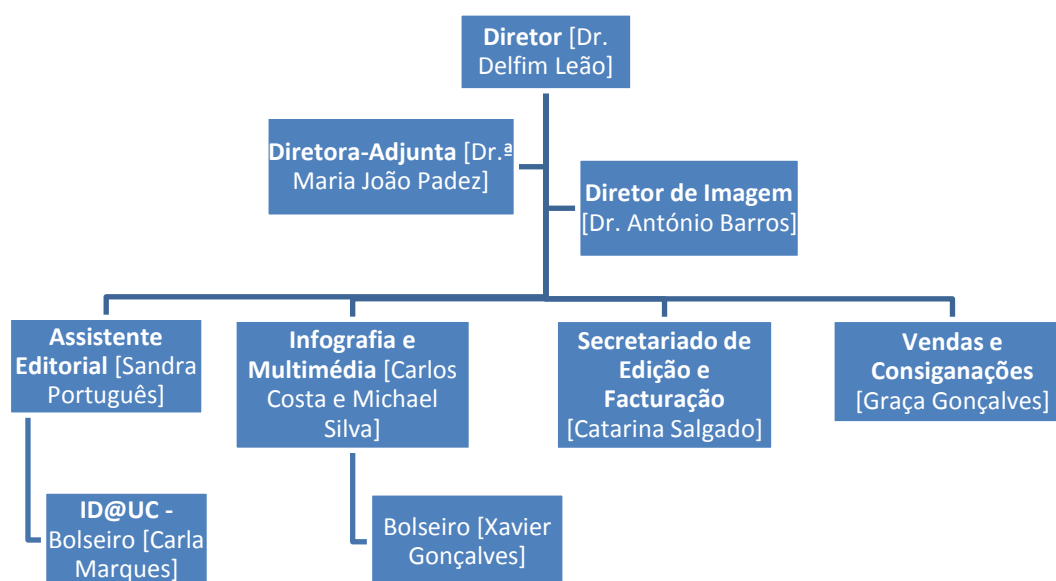


Figura 2 – Estrutura interna da IUC em janeiro de 2012

1.3. A Imprensa e a sua Universidade

Sendo a IUC uma editora institucional ligada a uma universidade, tem naturalmente características distintas das editoras comerciais. Não é possível avaliar corretamente uma editora universitária sem a enquadrar no ambiente que a envolve, ou seja, no meio académico.

A estreita articulação entre a IUC e a Universidade é garantida, designadamente, pela composição do Conselho Editorial, que, de acordo com o Regulamento, integra um professor de cada uma das unidades orgânicas desta instituição de ensino superior, previamente indicado pelo Conselho Científico respetivo. Por outro lado, a IUC recebe anualmente da Universidade uma dotação financeira que depois gere.

Com o passar dos tempos, os elos que esta casa editorial tem com a Universidade (em particular com as diversas Faculdades e seus docentes) tem vindo a estreitar-se. O projeto denominado ID@UC, que será abordado mais adiante, é um exemplo claro do relacionamento estabelecido entre a Imprensa e as Faculdades, neste caso a Faculdade de Letras. A cedência de um piso das suas instalações à Faculdade de Direito e a possibilidade de venda de alguns dos seus livros na loja da Universidade de Coimbra são outros exemplos das boas relações estabelecidas com as Faculdades. Deve ainda referir-se que a Imprensa, para além de ser «um órgão cultural dentro da Universidade»,⁵ contribui para a divulgação da imagem da instituição, dentro e fora do país.

1.4. Associativismo editorial em Portugal

Para responder melhor aos desafios que o mercado do livro apresenta e ter uma posição mais ativa no mundo da edição em Portugal, a IUC pertence à Associação Portuguesa de Editoras de Ensino Superior (APEES) desde os primórdios da sua criação.

Apesar de a APEES ter sido constituída formalmente a 13 de novembro de 2007 em ato de escritura pública em Lisboa, a ideia da sua criação teve origem alguns anos antes, durante um Encontro Europeu de Imprensas Universitárias e de Língua Portuguesa, realizado em 2001. Contudo, a ideia ganhou só forma e corpo em outubro de 2006,

⁵ In Relatório de Estágio de Ana Rita Rodrigues de Almeida [Consult. 12 abril2012].

quando a Imprensa da Universidade de Coimbra realizou uma reunião com outras editoras universitárias do país, tendo então esse tema vindo a plenário.

No momento da fundação da APEES, faziam parte desta associação apenas quatro editoras: a Universidade de Coimbra, que impulsionou a sua fundação, a Universidade Fernando Pessoa, a Universidade Lusíada e a Universidade do Porto, às quais se juntaram mais tarde a Universidade Aberta, a Universidade Autónoma de Lisboa, a Universidade de Aveiro, a Universidade Nova de Lisboa, a Universidade do Minho, a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, o Instituto Politécnico do Porto, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e a Universidade Católica Portuguesa.⁶

A entrada destes novos membros na APEES pode justificar-se por diversas razões. De entre elas, destaca-se a importância que o associativismo tem para as instituições, nomeadamente na defesa de interesses comuns e na partilha de experiências. Além destas vantagens, o simples facto de se estar inserido numa associação permite que os obstáculos, que costumam ser transversais a todas as partes, sejam enfrentados de forma semelhante, em virtude de as decisões poderem ser tomadas tendo por base uma maior fundamentação, resultado da troca de experiências e informações entre os diversos associados.

A importância da IUC para a APEES não se resume unicamente ao papel primordial que teve na sua criação. Sediada desde a sua fundação em Coimbra, a APEES foi até hoje presidida por Diretores da IUC. Estas funções de presidência implicam grande empenho no sentido de garantir a união dos esforços de todos no cumprimento dos objetivos definidos nos estatutos, bem como no sentido de potencializar as vantagens da Associação e diminuir as debilidades que possam existir.

A APEES tem como objetivos: «promover o desenvolvimento das editoras dos estabelecimentos do ensino superior e contribuir para o aperfeiçoamento dos processos de produção, comercialização e divulgação da produção das editoras associadas; realizar atividades de aperfeiçoamento de recursos humanos no campo editorial, prioritariamente para as editoras associadas; fomentar o intercâmbio entre as editoras associadas e entidades congéneres do país e do estrangeiro; colaborar com as editoras associadas para ampliar a sua participação em feiras, exposições e mostras do livro no

⁶ Dados recolhidos no sítio *Web* da Associação Portuguesa de Editoras de Ensino Superior disponível em <http://www.apees.pt/> [Consult. 10 abril 2012].

país e no exterior e manter serviços de informações comerciais, jurídicas e bibliográficas para os associados».⁷

No meu entender, e depois de proceder à análise dos objetivos anteriormente referidos e de os confrontar com as atividades até à data realizadas, considero que os resultados até agora atingidos estão aquém do que já seria expectável nesta altura e que é necessário imprimir uma nova dinâmica à APEES.

Das atividades realizadas destaca-se a realização de um colóquio internacional, subordinado ao tema «As Três Religiões do Livro», que teve lugar na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, no dia 18 de novembro de 2010, e a 1.ª Feira do Livro Académico da APEES, que ocorreu na Universidade Fernando Pessoa dos dias 17 a 21 de outubro de 2011.

Um dos desafios que atualmente se impõem a esta Associação é criação de uma distribuidora virtual comum, através de uma loja virtual.⁸ O projeto está em curso e a sua implementação ajudará a resolver muitos dos atuais problemas das editoras universitárias, como a dificuldade em colocar os livros nos pontos de venda, a acumulação de stocks ou os elevados custos empregues com a distribuição (o dinheiro poupado com a redução de verbas na distribuição física dos livros possibilitaria o investimento em outras áreas).

1.5. O *marketing* ao serviço da IUC

O desenvolvimento da sociedade moderna não é consequência apenas dos progressos tecnológicos nela ocorridos, é fruto também do desenvolvimento educacional da população e do acesso livre ao conhecimento, à cultura e à informação (*cf.* Manifesto da Unesco sobre Bibliotecas Públicas, 1994). O progresso registado nesse campo encontra-se ligado à afirmação das indústrias culturais, das quais o livro faz parte.

Se até há bem pouco tempo o livro era o meio por eleição de acesso ao conhecimento e à cultura, sendo considerado por muitas pessoas o «meio referencial de comunicação», hoje em dia ele tem perdido importância perante as restantes indústrias culturais.

Atualmente os livros, para além de competirem no mercado com jornais, revistas, jogos, concorrem com a música, a internet ou o cinema.

⁷ Informações retiradas do Artigo 2.º dos Estatutos da APEES.

⁸ Informações fornecidas pelo Presidente da APEES, Doutor Delfim Leão.

Se a este facto juntarmos a elevada produção editorial registada em Portugal, a rondar as 15000 unidades ano, será mais difícil para os leitores selecionarem a informação e o conhecimento que pretendem. Gabriel Zaid afirma que «há mais livros para contemplar do que estrelas no céu noturno no alto mar» (Zaid, 2008: 145).

A situação descrita anteriormente levanta grandes desafios para as editoras, na medida em que elas, para sobreviverem e colocarem os seus livros junto do público-alvo, têm que se socorrer de todas as técnicas de promoção e divulgação para chamarem a atenção dos leitores para as suas publicações. Martins refere que «se o livro não for promovido, as pessoas irão atrás das outras coisas» e que: «a qualidade, se não for promovida, fica escondida, fica nas prateleiras, não se vende» (Martins, 1999: 161).

O *marketing* desempenha aqui um papel deveras importante, visto que é através dele que as editoras comunicam os seus produtos, sublinhando as características positivas que os distinguem, de modo a chegarem mais facilmente junto dos destinatários.

Atualmente é inquestionável o papel que o *marketing* tem na sociedade. De uma forma implícita ou explícita ele está presente em tudo na vida.

O conceito em questão foi evoluindo ao longo dos tempos e acompanhando as mudanças que se iam verificando na sociedade. Foi sofrendo sucessivas alterações e foi sendo alvo de inúmeros estudos e análises. Kotler define o *marketing* de uma forma simples e sucinta como sendo «a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others» (Kotler, Wong, Saunders, 1999: 6).

As editoras tendem a influenciar as decisões de compra recorrendo a um conjunto de instrumentos controláveis de *marketing* – produto, preço, distribuição e promoção, ou, utilizando a nomenclatura internacional, *product*, *price*, *place* e *promotion*. A articulação destes instrumentos é designada por *marketing-mix* (Kotler, Wong, Saunders, 1999: 34). Em virtude de as palavras inglesas começarem pela letra «P», apelidou-se esta teoria de 4 P'S.

1.5.1. Produto

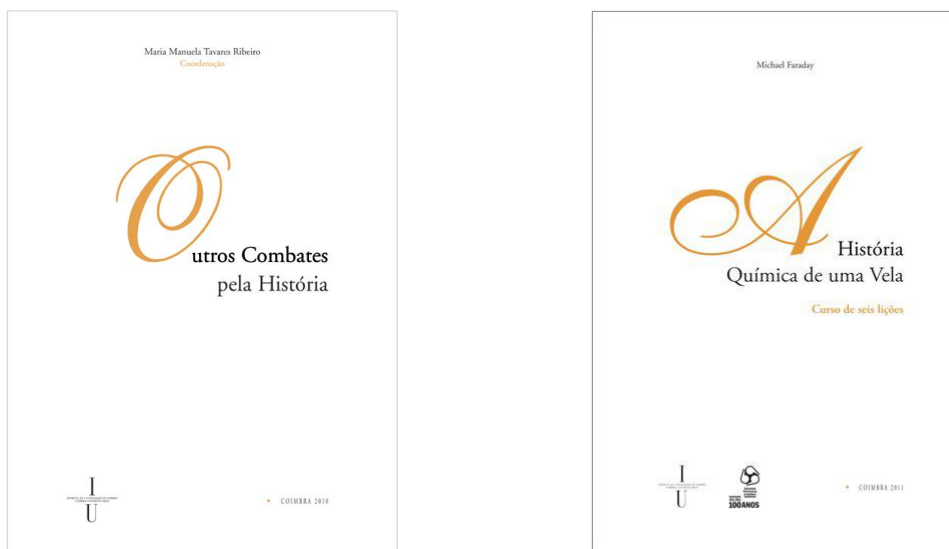
Quando o editor consegue satisfazer um desejo ou uma necessidade de um leitor, por meio de uma qualquer oferta fornecida ao mercado que suscite atenção, aquisição, uso ou consumo, estamos perante uma estratégia de produto bem sucedida (Kotler, Wong, Saunders, 1999: 34). Porém, nem sempre esta situação se verifica, pois em muitos casos

as estratégias aplicadas a um dado produto não conseguem atingir os resultados esperados.

De forma a valorizar o livro, as editoras recorrem a um conjunto de estratégias, como a de produto, a de coleção e a de marca. Na primeira, a estratégia vai no sentido de que cada título possui uma imagem diferente, com forte impacto visual e relacionada com o tema a abordar. A segunda caracteriza-se pela homogeneidade gráfica, presente em diferentes obras, em torno de um mesmo assunto ou autor. A estratégia de marca ocorre quando em diferentes publicações existe um elemento comum a todas elas, como logótipos, posicionamento da informação, assinaturas, entre outras coisas.

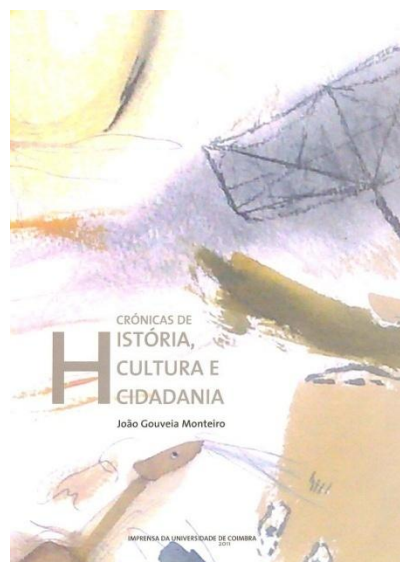
De referir que a utilização de uma estratégia em detrimento de outra ou a escolha de algumas em simultâneo tem que ter em conta o contexto.

A estratégia de que a editora universitária em estudo mais se socorre é a da coleção, havendo a preocupação de criar um padrão gráfico em torno de um motivo. A coleção *Documentos* é um bom exemplo para justificar o que foi mencionado anteriormente, como as imagens seguintes comprovam.



Fonte: IUC

Figura 3 – Padrão gráfico da coleção Documentos (antes da evolução)



Fonte: IUC

Figura 4 – Atualização gráfica da coleção Documentos

A valorização do produto na IUC é conseguida desde logo pelos autores que nela publicam. Os títulos produzidos nesta editora são maioritariamente provenientes de trabalhos de docentes e investigadores. O facto de os autores serem académicos contribui para a qualidade de conteúdo, que é igualmente assegurada pela avaliação externa (arbitragem) desses documentos.

O produto é igualmente valorizado com uma boa qualidade gráfica, designadamente ao nível do design gráfico. Desde que a IUC foi reativada até aos dias de hoje muita coisa se alterou. Porém, a procura constante de qualidade sempre foi um objetivo perseguido ao longo dos tempos.

A formação académica dos técnicos multimédia, a atenção que dão aos detalhes, e o trabalho de equipa são outros fatores que contribuem para a qualidade das obras apresentadas.

1.5.2. Distribuição

O sucesso de uma editora não se encontra unicamente ligado à quantidade de livros que produz, depende muito da qualidade das suas publicações, ao nível de conteúdos e qualidade gráfica. Todos estes aspetos são importantes, mas, se a editora não divulgar os títulos convenientemente e não os colocar em pontos de venda atrativos, dificilmente atingirão o público-alvo pretendido.

Sempre que uma editora pretenda colocar o seu produto junto dos consumidores, pode fazê-lo optando por uma das modalidades de distribuição (própria, delegada ou mista). A Imprensa da Universidade optou pela distribuição delegada, ou seja confia a uma entidade externa os seus títulos, para que esta possa desempenhar as funções comerciais, assumindo a ligação com o retalho.

A IUC confiou a distribuição das suas obras à Coimbra Editora, que no ano de 2010 foi alvo de uma reestruturação, motivada pela integração da Sodilivros, Sociedade Distribuidora de Livros e Publicações, S.A., no mesmo grupo empresarial. Este grupo passou então a estruturar-se em: CE Gráfica, CE Sodilivros e CE Livrarias. Esta situação alterou-se no início de 2012, já o meu estágio curricular tinha terminado, com a saída da Sodilivros, S.A do grupo, voltando a distribuição das obras a estar sobre a responsabilidade da Coimbra Editora.

Para além dos pontos de venda que fazem parte da Coimbra Editora, a Imprensa da Universidade possui uma livraria física e uma livraria virtual.⁹

É importante referir que a maior parte das vendas desta editora é conseguida, por meio da livraria virtual e da venda direta, realizada quando as pessoas se dirigem às instalações da IUC para adquirirem alguma obra.

1.5.3. Preço

A produção de um livro comporta uma série de custos para a entidade que o desenvolve. Como exemplo, refiro os custos associados aos direitos de autor, à tradução, à paginação, entre outros.

O preço final do livro é o resultado do somatório dos montantes necessários para o pagamento das despesas inerentes ao processo de edição, ao qual acresce a margem de lucro que o editor estabelece.

Os lucros que este tem com cada exemplar vendido não são grandes, para que o preço final seja o mais apelativo possível para os leitores. Esta medida serve igualmente para combater a cópia ilegal, pois a diferença que existe entre fotocopiar um exemplar e o adquirir é pequena.

Por forma a potencializar as vendas, a Imprensa da Universidade aplica um desconto que pode ir até 45% sobre o preço de venda consoante o perfil do comprador.

⁹ Localizada na Web em <https://lojas.ci.uc.pt/imprensa/> [Consult. 10 abril 2012].

Por vezes, a edição de uma publicação pode contar com o patrocínio/apoio de alguma entidade externa à Imprensa. Esta ajuda é fundamental, pois permite reduzir os custos associados à publicação e, conseqüentemente, baixar o preço final da obra. De entre as entidades que mais apoiam a IUC destaca-se a Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT).

1.5.4. Comunicação

O último ponto, não menos importante, diz respeito à comunicação que se estabelece entre o editor e o público a quem se destina a obra. Kotler define a promoção como sendo «[the] activities that communicate the product or service and its merits to target customers and persuade them to buy» (Kotler, Wong, Saunders, 1999: 34).

É inquestionável que uma boa comunicação desperta e aguça o interesse do leitor por determinado produto e facilita a venda de uma dada publicação.

Para que uma editora possa comunicar da melhor forma com os destinatários dos seus produtos deve centrar a sua estratégia de comunicação em diversos instrumentos e não apenas num só. O cruzamento de diversas técnicas permite que se chegue a um público mais vasto e permite uma melhor gestão dos recursos financeiros disponíveis.

A Imprensa da Universidade não dispõe na sua estrutura de um setor de *marketing*, contudo, não é por isto que os seus produtos e atividades não são divulgados. Na verdade, a promoção é um dos aspetos mais valorizados nesta casa editorial, que procura explorar as potencialidades da internet na comunicação.

O recurso à internet como ferramenta de trabalho na promoção da instituição e da sua produção editorial veio revolucionar a forma como a IUC se relaciona com os destinatários, na medida em que a comunicação estabelecida entre ambas as partes passou a ser realizada de forma direta (eliminando, na venda *online*, o distribuidor da cadeia de valor).

A situação descrita anteriormente traz consigo inúmeras vantagens para a atividade editorial, na medida em que os custos de promoção associados são baixos e a eficiência na comunicação aumenta.

O contacto com o público é realizado por *direct mail*. Para tornar este processo mais fácil e rápido utilizam-se as listas de contactos, ou *mailing lists* que são constantemente atualizadas. A utilização deste recurso insere-se numa área específica do *marketing* denominada de *marketing* direto.

A publicação dos destaques da Imprensa na *newsletter* da Universidade de Coimbra é também um meio de comunicação utilizado amiúde.

As redes sociais vieram dar um novo impulso ao *marketing*, uma vez que são excelentes meios de comunicação e promoção entre instituições e consumidores. Associado a elas encontra-se o conceito de *marketing* viral, que, de uma forma muito simples, se pode caracterizar como uma forma de divulgação em massa de um produto, tendo por base a estratégia do «boca-a-boca» ou «passa-palavra».

Apercebendo-se desta nova realidade, a IUC decidiu criar no passado uma página de *Facebook*¹⁰ e outra do *Twitter*,¹¹ onde são divulgadas as novidades editoriais, as datas da apresentação de livros e de outras atividades de índole cultural. A utilização destas duas ferramentas digitais acontece em simultâneo e de forma complementar.

Outro aspeto importante e que revela a capacidade de adaptação desta editora aos tempos atuais foi a criação de uma livraria virtual, que permite uma maior e melhor difusão do catálogo, independentemente da localização geográfica do consumidor. Este facto permitiu o desenvolvimento da compra *online* ou *e-commerce*. Sempre que um utilizador recorre ao serviço disponibilizado por esta modalidade de livraria está a adquirir o livro em suporte papel.

Para além disso, esta editora universitária têm presença assídua em Feiras do Livro, promovidas pela Universidade de Coimbra ou por outras instituições de Ensino Superior, organiza lançamentos de livros, exposições e tertúlias.

O aproveitamento da internet para uma comunicação mais eficaz não significa que a IUC tenha prescindido de estratégias de comunicação mais tradicionais. A IUC continua a socorrer-se das notas de imprensa ou *press releases* (que serão analisadas noutro ponto) na divulgação de apresentações de livros ou eventos culturais.

Uma outra forma de divulgação é a venda por catálogo. Neste ponto a IUC também se modernizou e acompanhou a evolução dos tempos, pois o catálogo passou a ser de suporte digital. Tal como as notas de imprensa, o catálogo chega aos leitores por meio do correio eletrónico.

¹⁰ Disponível em <http://www.facebook.com/pages/Imprensa-da-UniversidadeCoimbra/385695891281#!/pages/Imprensa-da-Universidade-de-Coimbra/385695891281> [Consult. 17 abril 2012].

¹¹ Disponível em <http://twitter.com/#!/ImprensaUC> [Consult. 17 abril 2012].

1.6. Apostas: edição *online*

A noção de livro partilhada pela grande maioria das pessoas é fruto da grande constância que, ao longo de séculos, o livro foi mantendo, em termos de formato, suporte e conceção gráfica. Muitas pessoas pensariam que essa constância fosse salvaguardada ainda por muitas décadas. Porém, estavam enganadas, na medida em que, de há uns anos a esta parte, se têm registado mudanças de paradigma no mundo do livro. Se no passado se olhava para ele como tendo um suporte físico definido, uma relação clara entre escrita e leitura, autor e texto, atualmente esta situação já não se verifica, dado que o aparecimento de livros eletrónicos (*e-books*) põe em questão essas certezas.

Se no passado a simples digitalização de um livro físico era considerada um livro eletrónico, esta noção tem-se vindo a alterar, na medida em que um livro, para ser encarado como tal, precisa de ter em conta aspetos gráficos, estéticos e organizacionais, «ou seja, o tipo de letra deve ser o mais adequado, a quantidade do texto deve ser mais distribuída entre as páginas, o uso de cores e os contrastes obedecem a critérios específicos, para além da possibilidade de utilização de recursos multimédia como sons, gráficos e vídeos e alguns deles até mesmo a interatividade» (Bottentit e Coutinho, 2007: 107).

Como o conceito de livro eletrónico é fortemente influenciado pelas novas tecnologias e pelos avanços registados, é natural que a sua definição acompanhe essa evolução e também se vá atualizando com o passar do tempo.

O crescimento dos livros eletrónicos nos tempos mais recentes tem sido exponencial. Esta situação deve-se à grande evolução dos dispositivos de leitura. Esta situação faz com que cada vez mais empresas olhem para os livros eletrónicos não como uma ameaça mas sim como um mercado potencial de onde se podem tirar muitos dividendos económicos.

Tendo esta situação sempre em atenção, a Imprensa da Universidade de Coimbra decidiu apostar fortemente neste mercado, para que os seus produtos possam chegar a um público-alvo maior e o resultado de vendas possa melhorar.

Nesse sentido foi criado na livraria virtual uma secção destinada a *e-books*, que atualmente já conta com um exemplar, *Comunicac* , que pode ser descarregado gratuitamente dessa página.

Para além disso, deve-se referir que esta casa editorial já tem disponíveis algumas das suas obras no *Google Books*, serviço criado com o intuito de disponibilizar (total ou parcialmente) os livros na internet de forma gratuita.

A IUC tem o objetivo de facultar toda a produção documental por si produzida nesta ferramenta da *Google*. O acesso a esses conteúdos será limitado a 20% do livro. Para que as publicações possam ser visualizadas, têm de ter como suporte o formato *Portable Document Format* (PDF).

A aposta na edição *online* não se centra unicamente no ponto descrito anteriormente, visto que atualmente se encontra em desenvolvimento o projeto ID@UC, que pretende a «criação ou migração dos títulos de periódicos a editar ou atualmente editados para o formato digital, mantendo, sempre que requerido, uma versão em papel» (in Serviço de Publicações Periódicas Digitais da IUC). Este tópico será explorado mais a frente neste relatório (vd. capítulo 2.2.2.).

Nos dias de hoje o conhecimento científico está à disposição de todos os interessados, seja em monografias, publicações periódicas ou outros meios. Todavia, importa referir que muita dessa informação não se encontra disponível de forma gratuita, pois é preciso pagar para ter acesso à mesma, como acontece com as publicações periódicas de carácter científico.

A situação descrita anteriormente levanta alguns problemas, na medida em que as editoras comerciais especialistas nessa área, como a *Elsevier* ou a *Springer*, exigem preços muito elevados às academias e suas bibliotecas para aceder a periódicos, que são fundamentais à produção científica.¹² Para os académicos, em particular os investigadores, as revistas científicas são vitais, na medida em que é através delas que conseguem publicar o seu trabalho, permitindo, por sua vez, que outros investigadores possam desenvolver novos trabalhos com base nos seus. Aspeto importante e que tem de ser levado em linha de conta é a avaliação por *peer review*, que existe nesses periódicos e que dá credibilidade aos estudos e projetos apresentados.

Como os preços praticados por essas editoras são exorbitantes, só as instituições com maior poder financeiro é que podem adquirir esses conteúdos, o que constitui um entrave ao desenvolvimento da ciência.

O *Open Access* ou Acesso Livre surgiu precisamente para contrariar esta tendência e garantir a «disponibilização livre na internet de literatura de carácter académico ou

¹² Actualmente circula na Internet uma petição a nível Internacional (*The Cost of Knowledge*) contra a política de preços praticados pela editora comercial Elsevier.

científico (em particular os artigos de revistas científicas com revisão pelos pares), permitindo a qualquer utilizador ler, descarregar, copiar, distribuir, imprimir, pesquisar ou referenciar o texto integral dos documentos».¹³

Além de permitir o aumento na visibilidade, o Acesso Livre possibilita um maior impacto na investigação. Do ponto de vista das bibliotecas, esta ferramenta é muito importante, pois permite a incorporação de determinados conteúdos e periódicos nos seus catálogos, objetivo que de outra forma seria difícil de alcançar.

Apercebendo-se das inúmeras potencialidades que o *Open Access* tem para as Instituições, a Universidade de Coimbra, por meio da sua Imprensa, encontra-se a desenvolver um projeto, UC Digitalis,¹⁴ que tem como finalidade agregar e difundir a produção científica, tanto da Universidade em causa como de fora dela.

Este projeto é constituído por duas plataformas: a Pombalina e o Impactum. A primeira é um repositório digital de livros, enquanto a segunda é um repositório de publicações em série.

A imagem gráfica destas duas plataformas é a seguinte:



Fonte: *Newsletter* da UC

Figura 5 – Logótipos do projeto UC Digitalis

¹³ A presente informação foi consultada na página Web do Projeto RCAAP em http://projeto.rcaap.pt/formar/mod1/contents/open_access.html [Consult. 10 maio 2012].

¹⁴ Em resultado de o referido projeto estar em fase de elaboração e não ter sido apresentado oficialmente ao público, não é possível analisá-lo com detalhe.

1.7. A Imprensa Universitária: realidade atual

Quando se procede à análise e apreciação das editoras – sejam elas comerciais ou institucionais – é importante enquadrá-las dentro da sociedade que as envolve. Todas as mudanças nela ocorridas têm repercussões na vida das editoras. O desenvolvimento tecnológico registado nos últimos anos e a sua crescente incorporação no mundo editorial é um exemplo claro do que foi referido, dado que, para além de alterar o suporte do livro, a maneira como é produzido ou a forma como é distribuído junto dos consumidores, modifica a organização e estrutura das editoras.

Um outro agente de mudança que deve ser levado em consideração é a situação económica mais geral, na medida em que uma conjuntura financeira favorável facilita o crescimento das editoras, ao nível do catálogo e de recursos humanos, por exemplo. Contudo, a existência de uma crise económica não pode ser vista meramente como um obstáculo, deve também ser encarada como um desafio e uma oportunidade, pois as «dificuldades aguçam o engenho».

Hoje em dia as editoras universitárias portuguesas enfrentam um conjunto de problemas, muitos deles relacionados com a mudança para a era digital e as dificuldades financeiras que o país atravessa. Quanto à crise económica e financeira, tem sido nos últimos anos que os seus efeitos se agravaram drasticamente. Já as questões relacionadas com a evolução e fortalecimento da edição digital se têm vindo a colocar desde a viragem do milénio, sendo desde então objeto de estudo e de análise.

No ano de 2000, Billy E. Frye, chanceler da Emory University, defendeu que um dos maiores problemas com que as imprensas universitárias se deparavam se relacionava com a mudança para as publicações digitais, nomeadamente no que ela implicava em termos de direitos de autor, autenticidade e propriedade (*cf.* Panel on the Future of Scholarly Publishing: 94).

Outro problema que inevitavelmente se colocou e continua a colocar é apresentado por Douglas Greenberg, Presidente da Sociedade Histórica de Chicago, do seguinte modo:

The most pressing problem is the need to maintain the infrastructure of the traditional system of analogue scholarly publishing while simultaneously investing in and developing a new system that relies on digital creation, transmission, and distribution (Panel on the Future of Scholarly Publishing, 2000: 94).

Uma outra dificuldade com que estas editoras se começaram desde logo a confrontar foi enunciada por um grupo de trabalho, o Modern Language Association AD Committee,¹⁵ que destacou a diminuição dos orçamentos das imprensas universitárias numa altura de subida de custos, relacionada com a passagem para a edição digital, colocando-se assim os editores sob grande stresse para tomar as melhores decisões (MLA AD Committee, 2002: 1).

Sobre o «problema» da pressão em publicar sentida no mundo académico nota ainda o MLAAD Committee, em 2002: «[university presses] are receiving ever more submissions as a result of increased expectations for promotion and tenure in our disciplines and at our institutions of higher learning» (MLAAD Committee, 2002: 1). Se por um lado, esta pressão, que se tem vindo a acentuar, trouxe já então vantagens para as editoras, dada a abertura do leque de escolha de originais para publicação, por outro, colocava os editores perante a necessidade de rejeitar cada vez mais propostas, dadas as crescentes limitações de orçamento.

Embora estas fragilidades tenham sido destacadas no início do século XXI relativamente a uma realidade restrita, a norte-americana, a verdade é que, num curto espaço de tempo, se globalizaram.

Outras questões há, contudo, que se colocam às editoras universitárias, designadamente a questão da acumulação de livros em stock. Esta situação acontece devido a uma série de fatores, como a crise económica, que diminui o poder de compra das pessoas, a cópia ilegal, ou, em certos casos, algum desfasamento entre a produção e as necessidades ou interesses dos utilizadores.

As tiragens dos livros são muitas vezes demasiado altas, o que provoca prejuízos para as editoras que, podem nem sequer atingir o *breakeven point*, ou seja, não cobrirem os custos da publicação com o resultado das vendas. A forma que tem sido utilizada para solucionar este problema é cada vez mais o recurso ao *print-on-demand*, que permite um melhor controlo da equação produção - vendas.

Importa referir que embora as editoras universitárias não tenham no lucro a sua principal missão (diferentemente do que acontece com as editoras comerciais), toda a atividade realizada tem em atenção a saúde financeira da instituição, pelo que a atenção ao rigor orçamental é cada vez maior.

¹⁵ Este Comité foi criado nos EUA com o objectivo de estudar o futuro da publicação académica.

Nos últimos anos a questão do digital tem vindo a ganhar expressão e atualmente é uma questão incontornável, que todas as editoras, especialmente as que estão em análise, têm que ter em linha de conta. A introdução de novas tecnologias no mundo editorial tem alterado de forma significativa o paradigma da edição a nível global. O sucesso de uma editora no futuro depende da capacidade que a mesma tiver em se adaptar a esta realidade, uma vez que o sistema tende a esgotar-se com o passar do tempo. Isto não significa, é claro, uma radical mudança de um dia para o outro.

Como afirma Barbara Fister: «[...] there seemed to be general agreement that traditional core editorial functions [...] would continue to be the heart of the presses work, but that the ways that this editorial work is funded and distributed would have to change» (Fister, 2010: 2). E, mais adiante: «[...] there seems to be general agreement that university presses need to embrace the opportunities digital technologies offer to create richer content with a wider, more global reach» (Fister, 2010: 1).

Muito do tempo e das energias dispendidas pelos editores universitários são ocupados a manter em funcionamento o atual sistema de negócios. Kate Wittenberg afirma que: «this has always been the bread and butter of these organizations, and has therefore been the focus of day to day activities» (Wittenberg, 2010: 2). Há, no entanto, que criar um ponto de equilíbrio e encontrar o melhor caminho.

O que está aqui em causa não é a importância que este tipo de editoras tem para a divulgação do conhecimento científico e académico, mas sim a forma como será assegurada a sua comunicação com o público no futuro (*cf.* Kate Wittenberg, 2010).

É pois evidente a crescente pressão que existe sobre as editoras na procura do caminho que melhor satisfaça as suas necessidades. Se, por um lado, as mesmas podem continuar no mesmo trilho, por outro podem procurar novas abordagens de forma a acompanharem as evoluções das comunicações no futuro académico (Wittenberg, 2010: 1).

Presentemente as editoras universitárias enfrentam também as questões ligadas à disponibilização da informação, se em livre acesso ou de forma totalmente paga. As soluções para este problema irão certamente influenciar a vida futura das referidas editoras.

1.8. A Imprensa Universitária: que futuro?

Tendo por base a realidade atual das imprensas académicas, os documentos analisados e a experiência de estágio adquirida, posso constatar que as imprensas de âmbito académico precisam de dar continuidade ao trabalho realizado e pensar de forma inovadora sobre modelos e abordagens que permitam adequar a sua estrutura e política editorial aos novos tempos, tendo sempre presente a salvaguarda dos leitores atuais e a conquista de outros públicos.

O caminho do *print-on-demand*, já iniciado por algumas editoras, deve ser seguido e implementado sempre que possível, como estratégia para diminuir a acumulação de stocks e tirar maior rentabilidade financeira dos investimentos realizados.

É cada vez mais importante que o trabalho de uma editora universitária esteja em sintonia com os objetivos estratégicos da instituição de acolhimento.

A seleção de textos para publicação assume cada vez mais um papel preponderante, na medida em que o Conselho Editorial destas editoras, além de constituir um crivo de qualidade, deverá ser capaz de fazer escolhas, tendo em atenção as necessidades dos utilizadores, de forma a evitar que uma obra editada se acumule em grandes quantidades em *stock*.

Uma das soluções passaria por perceber quais as áreas de maior crescimento e investimento dentro das Universidades e apostar nelas. Dougherty dá o seguinte exemplo: «for example, a press that represents a university marked by a powerful engineering school has a great opportunity to bring excellent scholarship to market in engineering, computer science, applied math, and related subjects» (Dougherty, 2010: 4).

No futuro é igualmente necessário que o associativismo editorial ganhe novo fulgor e possa responder de forma mais precisa e concreta aos problemas que mais preocupam as editoras em estudo, nomeadamente as questões de distribuição.

A criação de um serviço comum de distribuição para as editoras universitárias portuguesas poderá trazer uma série de benefícios, como o aumento do poder negocial junto dos pontos de venda e consequente acréscimo do número de locais onde os livros são vendidos. Os recursos financeiros poupados com este modelo permitiriam a aposta em áreas até agora não desenvolvidas por falta de verbas. Para além disso, como faz notar Fister: «[this service] could let presses concentrate on the editorial work that is

their core function and will continue to be high touch and labor-intensive» (Fister, 2010: 1).

O financiamento das imprensas académicas terá de ser um tópico na agenda dos seus conselhos editoriais, uma vez que, face ao momento de crise em que a sociedade portuguesa se encontra, torna-se urgente pensar em novas formas de obtenção de fundos.

Kate Wittenberg defende que uma das formas de responder aos desafios criados pelo paradigma digital nas imprensas universitárias é a criação dentro das suas estruturas de um grupo de Investigação & Desenvolvimento (I&D), que terá como missão ajudar os estudiosos neste sentido «[to] develop innovative models of scholarly communication, emphasizing new thinking about content, technical functionality and tools, and strategic partnerships» (Wittenberg, 2010: 1).

Atualmente não se considera um título digitalizado como sendo um livro eletrónico, pois para ser encarado como tal é necessário que o texto seja construído à partida para ser facultado em ambiente digital, devendo suportar diversos recursos multimédia, entre outros recursos específicos.

É preciso levar em linha de consideração que, se pedíssemos a um autor para ter em conta estes aspetos no momento da conceção dos seus textos, ele não iria conseguir atingir este objetivo. O desenvolvimento deste grupo de investigação proposto por Kate Wittenberg visa precisamente colmatar esta lacuna e responder de forma prática a essas necessidades:

They will work closely with authors at a very early stage of their thinking, helping them envision and then shape their projects into publishable work, and they will work equally closely with technology and design professionals either within the press or at partner organizations, who can help realize the scholars' vision in practical form (Wittenberg, 2010: 3).

Constituído por um editor, um designer gráfico, um programador, o grupo em questão irá comportar-se como um laboratório de pesquisa, contribuindo desta forma para a modernização tecnológica das editoras universitárias (*cf.* Kate Wittenberg, 2010).

Considero que esta ideia será a ideal na adaptação das editoras universitárias ao universo digital, embora tenha a noção que seja de difícil aplicação, pois está muito dependente da capacidade que elas tenham ou não em poder contratar pessoal para

executar estas tarefas ou da possibilidade que lhes assista ou não de disponibilizarem funcionários que atualmente fazem parte dos recursos humanos das editoras.

Outro aspeto importante e que será fundamental para a sobrevivência das editoras universitárias é o *marketing* utilizado na divulgação do conhecimento. No meu entender, terá de se efetuar também uma mudança a este nível, para que as editoras possam chegar da melhor forma aos leitores para a «remodelação» digital.

Importa referir que qualquer mudança que no futuro venha a ser implementada nas imprensas universitárias tem que começar com uma mudança de atitude: «[that attitude must be] driven by a respect for content combined with organizational adaptability, and a commitment to communicate» (Dougherty, 2010: 6). O autor em questão acrescenta ainda «[...] our capacity to remain open to change, and to adapt the internal workings and structures of our organizations to exploit change, will determine our fortunes over the next decades».

Na verdade, importante é que as imprensas universitárias se mantenham sempre abertas, tanto interior como exteriormente, e tenham na qualidade o valor mais importante a oferecer.

2. ATIVIDADES DE ESTÁGIO

Antes de iniciar funções como estagiário da Imprensa da Universidade de Coimbra, foi-me proposto um plano de estágio pelo Diretor, o Professor Doutor Delfim Leão, para orientar o meu trabalho. De referir que neste plano foram tomados em linha de conta os meus interesses de aprendizagem bem como a minha formação académica inicial (i.e., Documentação e Arquivística).

2.1. Análise crítica do sítio da IUC

A primeira atividade que realizei enquanto estagiário foi a análise crítica do *website* da Imprensa,¹⁶ tendo em atenção a forma como estava estruturado, o seu *design*, a atualidade da informação, bem como a observação de possíveis erros ou incongruências na informação. Foi igualmente solicitado que apresentasse sugestões de melhoria.

Um dos primeiros aspetos que observei foi que o conteúdo do sítio não se encontrava segundo as normas do Novo Acordo Ortográfico, situação esta que sugeri alterar. Da parte da Imprensa recebi o *feedback* que o assunto já se encontrava nos seus objetivos e que viria a ser concretizado brevemente, o que acabou por se concretizar.

Para além disso verifiquei que as informações em língua inglesa estavam muito incompletas, pois continham somente os menus «*general informations*» e «*contact us*».

De referir que dentro do separador «*general informations*» se encontravam unicamente informações relacionadas com a «história» e com a constituição do «conselho editorial». Constatei, igualmente, que os textos da história desta instituição não eram acompanhados de fotografias, enquanto que na versão em língua portuguesa elas existiam. Depois de ter sugerido a inclusão destas e a tradução de toda a página para língua inglesa, foi-me explicado que essa tarefa já se encontrava em execução por um estagiário do curso de Tradução da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

A secção «contactos» em língua inglesa estava desatualizada no momento em que procedi à sua análise, visto que nesta não se encontravam quaisquer dados relativos ao colaborador Mickael Silva. Após ter comunicado esta falha à Dr.^a Maria João Padez, a equipa responsável pelo sítio, procedeu à correção da mesma.

¹⁶ Localizado em http://www.uc.pt/imprensa_uc.

Outro aspeto negativo para o qual chamei a atenção foi a organização da secção «história» que, do meu ponto de vista, poderia ser melhorada se existisse um pequeno índice, com hiperligações para os respetivos títulos, que ajudasse a navegação. O que se verifica atualmente é que se um utilizador pretender procurar as informações relativas à «história recente» tem de procurar as mesmas por todo o documento, enquanto que se existisse um índice essa tarefa seria facilitada.

Enquanto navegava por essa secção verifiquei que a barra de navegação inferior, que contém os «contactos», «mapa» e «topo» poderia estar com uma cor mais forte para ser mais visível a sua identificação.

No meu entendimento, a secção «catálogo» apresenta algumas debilidades, nomeadamente na forma como as coleções estão estruturadas internamente. Isto é, se em alguns casos é fácil aceder a determinados títulos, em outros é difícil, devido ao número elevado de publicações que existem nas mesmas. A solução para este problema poderia ser de fácil implementação caso se limita-se a visualização de títulos, por exemplo, poderiam estar visíveis apenas 5, 10 ou 20 obras. A escolha deste critério poderia ser definida pelo próprio utilizador, que poderia optar entre as opções que o administrador do sítio colocasse à disposição.

De forma a enriquecer o sítio da IUC e tornar ainda mais completa a informação nele contida sugeri que se associasse a morada desta instituição a um mapa *Google*. Esta medida iria facilitar os utilizadores que pretendessem deslocar-se pessoalmente a esta organização, dado que esta não possui no exterior uma placa identificativa a mencionar o local onde funciona.

No canto superior direito da página existe a caixa «pesquisa» que, na minha opinião, cria alguma confusão junto do utilizador, pois sempre que este efetua qualquer ação nesse campo a sua procura irá ser realizada na rede da Universidade e não no próprio sítio. A única forma de se encontrar a informação desejada é percorrer toda a página desta editora universitária, o que não é funcional.

A situação descrita anteriormente tem na identidade gráfica a sua justificação, uma vez que o sítio da editora em análise está inserido no sítio da Universidade de Coimbra, o que obriga à partilha de *layout*.

Apesar das falhas apontadas considero que o sítio da IUC está bem construído e respeita os critérios de acessibilidade.

Este estudo permitiu-me conhecer com mais detalhe a realidade em que iria desempenhar funções, pois o mesmo contém informações sobre a estrutura orgânica da

organização, as normas pelas quais se rege, a produção documental gerada até ao momento, as regras que os autores têm de respeitar para submeter os seus trabalhos para publicação, entre outras.

2.2. Tarefas realizadas no âmbito do projeto ID@UC

Dado o empenhamento da IUC em fazer avançar o projeto ID@UC, foi-me solicitado que parte do meu trabalho de estágio incidisse sobre o projeto em causa, de forma a dar-lhe um novo impulso.

Torna-se assim pertinente proceder à análise deste projeto, do *software* que o suporta e das tarefas por mim realizadas.

2.2.1. Open Journal Systems

O *Open Journal Systems*, vulgarmente designado por OJS, é um *software open source*, que permite a gestão e publicação de revistas científicas na internet. É importante explicar melhor a sua natureza, na medida em que ajuda a perceber melhor o que é o OJS e porque princípios ele se rege. Segundo a *Open Source Initiative*, um *software* está em *open source* se reunir os seguintes critérios:

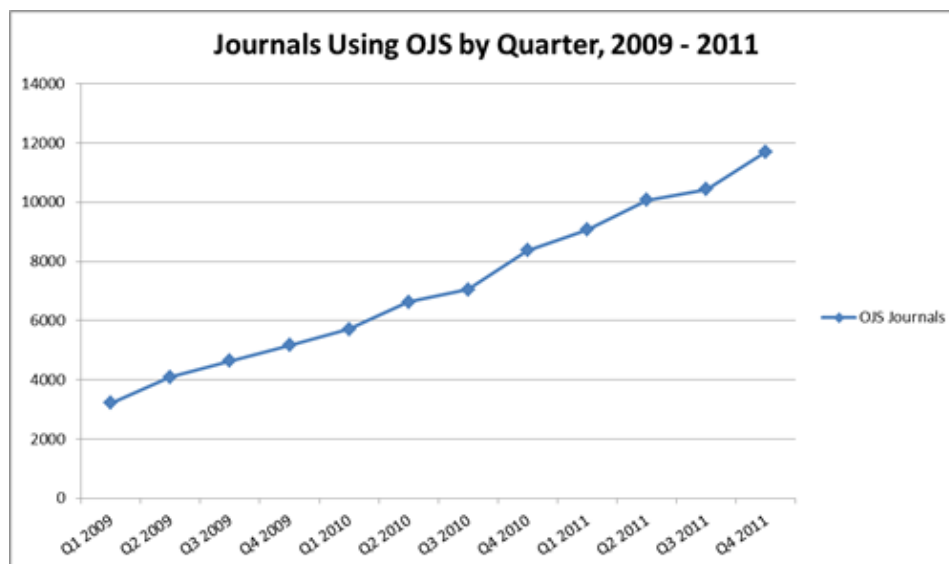
1. Free Redistribution; 2. Source Code; 3. Derived Works; 4. Integrity of The Author's Source Code; 5. No Discrimination Against Persons or Groups; 6. No Discrimination Against Fields of Endeavor; 7. Distribution of License; 8. License Must Not Be Specific to a Product; 9. License Must Not Restrict Other Software; 10. License Must Be Technology-Neutral (*Open Source Initiative*).

O OJS foi desenvolvido como parte do programa de investigação *Public Knowledge Project (PKP)*¹⁷ em 1998, por *John Willinsky*, para promover o acesso à ciência, melhorando a qualidade e o valor académico da investigação científica. Criado no Departamento de Educação em Línguas e Literacia da Universidade de *British Columbia*, no Canadá, e com um custo aproximado de \$100,000 (*Willinsky*, 2006: 73),

¹⁷ Integra na mesma equipa docentes, estudantes universitários e bibliotecários que têm como objectivo analisar a melhor forma de utilizar as novas tecnologias para melhorar a qualidade da investigação académica.

este programa resulta da parceria que foi estabelecida entre o *Public Knowledge Project*, a Biblioteca da Universidade *Simon Fraser* e o Centro Canadano de Estudos em Edição da Universidade *Simon Fraser*. Posteriormente juntaram-se a estas instituições a Universidade de *Pittsburgh* e a Biblioteca Digital da Califórnia (*Public Knowledge Project*).

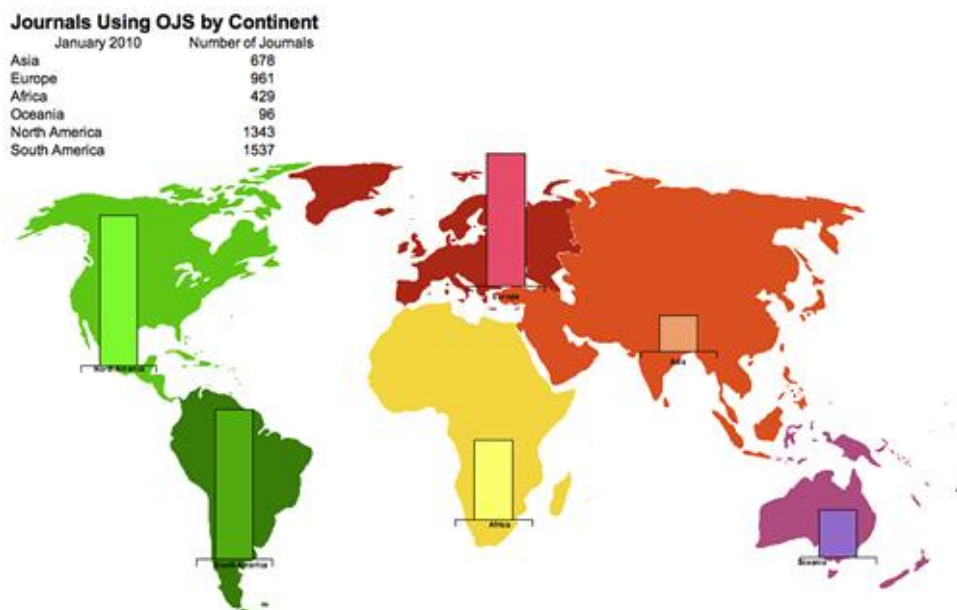
Embora o *Open Journal Systems* tenha sido iniciado em 1998, já no início da década de 90 alguns investigadores procuravam encontrar formas de divulgar as revistas científicas a custos reduzidos. Impulsionado pelo crescimento das publicações científicas em formato eletrónico, o OJS tem ganho cada vez mais expressão junto dos utilizadores (tanto públicos como privados), como se comprova pelo gráfico seguinte.



Fonte: PKP

Gráfico 2 – Evolução do número de utilizadores

De forma a complementar a informação apresentada anteriormente e tomando como referência o mês de janeiro de 2010, refira-se que as revistas que já utilizavam o OJS se encontravam distribuídas da seguinte forma:



Fonte: PKP

Figura 6 – Utilização do OJS por continente

A evolução registada no recurso ao OJS como ferramenta de trabalho pode ser justificada pela necessidade que os utilizadores encontraram de divulgar os seus trabalhos científicos na *Web* de forma rápida e com os menores custos possíveis.

O *Open Journal Systems* reduz o tempo dispendido por parte do editor nas tarefas administrativas, melhora a eficiência no processo editorial e promove o aperfeiçoamento na qualidade da publicação científica. O programa possibilita aos utilizadores a submissão de artigos e a indexação dos mesmos (o que facilita o acesso à informação). Possui igualmente um conjunto de e-mails já redigidos que podem ser utilizados para facilitar as tarefas administrativas e, caso os utilizadores tenham dúvidas sobre o seu manuseamento, podem esclarecê-las com recurso à ajuda *on-line* disponibilizada pelo próprio *software* (*OJS em uma Hora*, 2006: 6)

O programa em questão pode ser descarregado de forma gratuita da internet e é instalado e controlado localmente pelo utilizador. Porém, são necessários alguns requisitos a nível de *hardware* e *software* para garantir um funcionamento correto. Estes requisitos são:

- PHP («...linguagem de *scripting* com HTML embebido [...] O objetivo da linguagem é permitir aos programadores *Web* escrever rapidamente páginas geradas dinamicamente»)¹⁸;

¹⁸ Definição retirada do sítio *Web* da PHP: http://pt2.php.net/manual/pt_BR/preface.php. [Consult. 26 fevereiro 2012]

- *MySQL* («sistema de gestão de base de dados (SGBD), que utiliza a linguagem SQL (*Structured Query Language* - Linguagem de Consulta Estruturada) como interface») ¹⁹;
- Apache (servidor *Web* gratuito utilizado para disponibilizar arquivos remotamente).

Depois de estar concluída a instalação do programa, o OJS cria um sítio *Web*, que pode ser atualizado e transformado a qualquer altura pelo administrador. Este, se assim o entender, pode personalizá-lo, para garantir uma aproximação à identidade gráfica da editora.

É da responsabilidade do administrador da publicação, o editor gerente, nomear uma pessoa, o editor, para supervisionar o processo editorial e definir a calendarização das várias partes do processo editorial. A supervisão da submissão dos artigos está a cargo do editor de secção e a parte de correção linguística e gramatical está sob a tutela do editor de texto, que zela também para que sejam respeitadas as regras de referência bibliográfica. Neste processo editorial intervêm igualmente o editor de *layout*, que tem como missão converter os artigos submetidos em formato Word em composições *HyperText Markup Language* (HTML) e PDF, e o leitor de provas, que tem como função a verificação de erros tipográficos e de formatação.

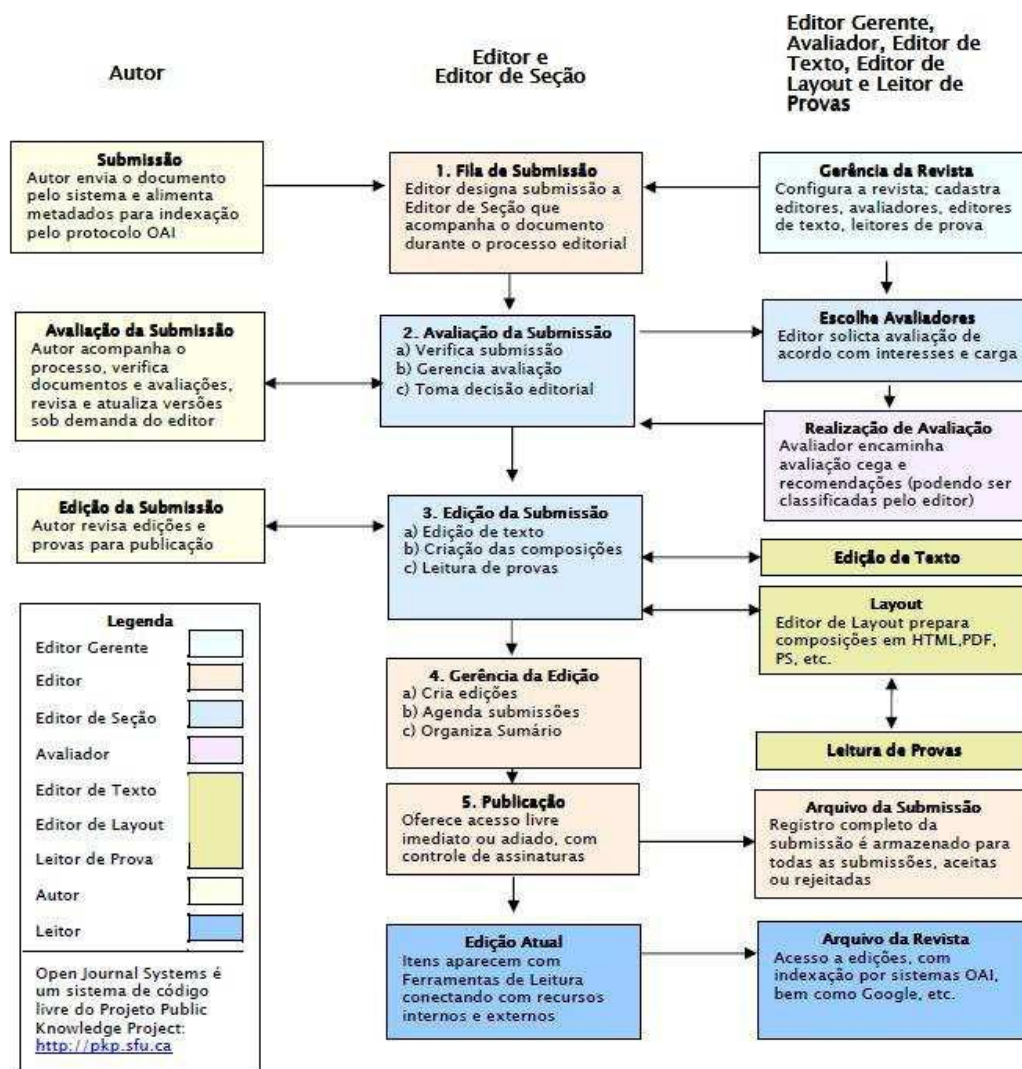
Sempre que um autor submete um artigo para publicação, utilizando o OJS, a sua proposta passa por um conjunto de fases no processo editorial. Depois de o artigo ser enviado, o editor remete-o para ser avaliado por pares (*peer review*). Uma vez concluída essa avaliação, o artigo pode ser recusado, aceite sem reservas ou aceite mediante a introdução de alterações. Sendo aceite nestas últimas circunstâncias, o artigo é reenviado ao autor com as recomendações devidas para revisão.

Seguidamente é realizada a edição de texto do artigo por parte do editor correspondente, que tem como missão assegurar que o texto seja claro, preciso, que não existem equívocos, e que a bibliografia está de acordo com as normas vigentes. Posteriormente, o texto é encaminhado para o autor, que procederá às correções devidas e o enviará de novo para o administrador. Este último encaminhará o trabalho para o editor de *layout* com vista à conversão para composições PDF ou HTML. Quando esta fase do processo estiver concluída, será enviada uma versão final das provas ao autor,

¹⁹ Definição retirada do sítio *Web* <http://www.flag.pt/pages/curso.asp?idcurso=118&id=3>. [Consult. 26 fevereiro 2012].

que, depois de verificadas, são disponibilizadas ao público, de forma gratuita ou mediante o pagamento de uma taxa (*OJS em uma Hora*, 2006: 9).

Na figura seguinte esquematiza-se todo o processo atrás referido:



Fonte: PKP

Figura 7 – Fluxograma do processo editorial

Sempre que um editor gerente pretenda criar uma nova revista, deve aceder à secção «Administração da Revista» e clicar em «Configuração». Posteriormente, deve seguir 5 passos: detalhes, políticas, submissões, administração e, por fim, visual. No momento da inserção de dados é importante preencher o máximo de informação possível, porém, o programa possibilita a inclusão ou alteração da mesma em qualquer altura.

No primeiro ponto, detalhes, inserem-se as informações gerais da revista, como título, sigla, abreviatura, ISSN (eletrónico ou impresso), DOI²⁰, contactos (principal e de suporte técnico), assinatura editorial, editora, patrocínios, apoios e indexação para mecanismos de procura.

A avaliação de pares, a política de privacidade, o item «Sobre Revista», o arquivamento da revista e as configurações de acesso constituem itens de criação da revista.

O terceiro passo inclui as diretrizes para o autor submeter um artigo, a política autoral e a indexação do documento.

Uma vez concluída esta fase, procede-se à seleção do formato para publicação, à identificação do conteúdo e do acesso *online* à revista, informando-se se esta poderá ser consultada de forma totalmente gratuita ou se parte do seu conteúdo terá de ser pago. Existe igualmente a possibilidade de se pagar pela totalidade do acesso à informação.

É igualmente possível ao editor criar uma página de notícias, donde constem informações pertinentes para os leitores, como avisos ou recados.

Depois de percorrido este caminho, é altura de se proceder ao arranjo visual da revista, com a escolha do cabeçalho, de um rodapé, da barra de navegação e da folha de estilos.

2.2.2. O projeto ID@UC

O projeto ID@UC é o resultado da parceria estabelecida entre a Faculdade de Letras e a Imprensa da Universidade de Coimbra. Foi apresentado pela primeira vez em 2009, numa sessão destinada a todos os responsáveis de revistas da Universidade que pretendessem «fazer a migração dos seus títulos para o ambiente digital em linha, independentemente de manterem ou não a versão corrente em papel, e ainda a todos os que tinham o propósito de iniciar novos títulos» (Borges e Lopes, 2011).

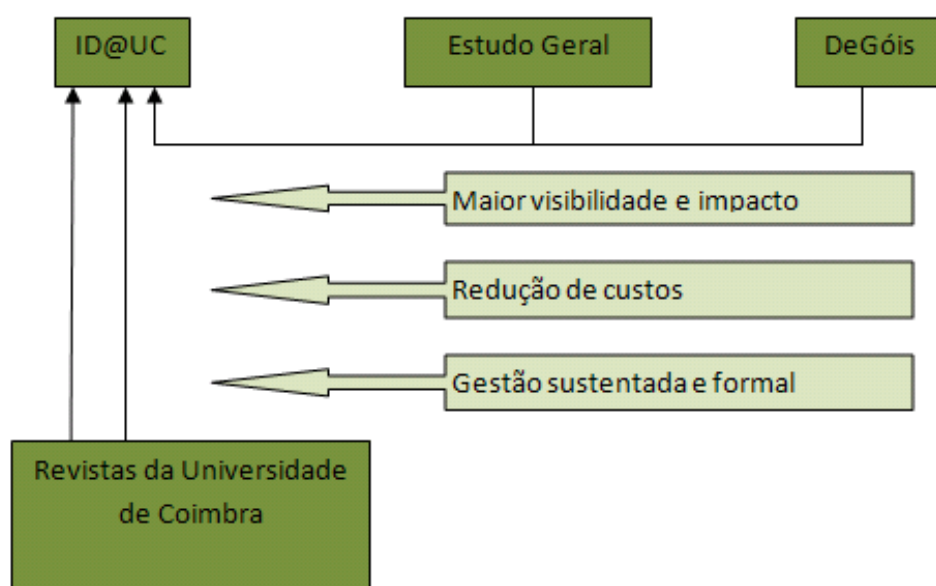
Inicialmente o projeto arrancou com a construção de um protótipo, que, foi sendo desenvolvido, ao longo do tempo e mereceu o interesse do Serviço Integrado de Bibliotecas da Universidade de Coimbra (SIBUC). O objetivo era abranger todas as

²⁰ «The Digital Object Identifier (DOI[®]) System is for identifying content objects in the digital environment [...] They are used to provide current information, including where they (or information about them) can be found on the Internet. Information about a digital object may change over time, including where to find it, but its DOI name will not change». <http://www.doi.org/> [Consult. 26 fevereiro 2012].

bibliotecas da Universidade de Coimbra por meio do seu repositório institucional, o Estudo Geral (Borges, 2011: 8). Atualmente está a equacionar-se o alargamento do âmbito de atuação deste projeto.²¹

A criação deste projeto traz vantagens para todas as partes envolvidas neste programa. O processo editorial das revistas científicas é facilitado, o que favorece a difusão, e o enfoque dos editores na qualidade do conteúdo da publicação sai reforçado tanto mais que deixam de ter que atender a questões de impressão e distribuição (Silva, 2011: 4). As publicações que aderiram a este processo não eliminaram em completo a impressão em suporte papel e consequente distribuição, mas viram o número de exemplares impressos diminuir.²²

Segundo Maria Borges e António Lopes (2009: 467), as vantagens do ID@UC fazem-se sentir tanto no plano de visibilidade e impacto, como no da contenção de custos, como ainda no da gestão. Veja-se o gráfico:



Fonte: Borges e Lopes (2009: 467)

Figura 8 – Vantagens do projeto ID@UC

²¹ Informações disponibilizadas pelo Diretor da Imprensa, Doutor Delfim Leão.

²² Dados fornecidos pelaIUC.

O ID@UC permite uma maior divulgação das publicações da Universidade e também uma maior visibilidade tanto dos investigadores que nela trabalham como da própria instituição. Sendo o grau de visibilidade maior, aumenta a probabilidade de essas revistas serem incluídas em bases de dados internacionais.

O *software* escolhido para alicerce deste projeto foi o OJS, devido às suas inúmeras potencialidades (como já foi referido anteriormente). Como se trata de um projeto partilhado por duas unidades distintas, embora dentro da mesma instituição, é necessário que ambas saibam com clareza quais as suas competências.

À Faculdade de Letras cabe a responsabilidade de definir os parâmetros das revistas e dar formação aos respetivos diretores para que estes sejam capazes de inserir no OJS os PDFs dos diferentes números (os encargos financeiros desta tarefa são assumidos na íntegra pela IUC).

A definição das cores, do *banner* e *layout* está a cargo da Imprensa da Universidade, assim como a receção inicial dos PDFs enviados pelos diretores para posterior verificação. A realização das formatações finais das revistas está também sob a responsabilidade da instituição em causa.²³

Um dos primeiros fatores que contribui para o sucesso de um projeto é a forma como o mesmo é liderado e colocado em prática pelos colaboradores que nele irão operar. Atualmente, o projeto ID@UC tem como coordenadores a Doutora Maria Manuela Borges, o Doutor António Tavares Lopes, professores da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e o Doutor Delfim Ferreira Leão, diretor da Imprensa da Universidade de Coimbra. Envolvidos no projeto estão ainda os colaboradores Carla Marques e Carlos Costa. Importante foi igualmente a ajuda prestada por alunos de Mestrado em Informação, Comunicação e Novos Media da Faculdade de Letras na realização de protótipos para as revistas.

A tabela que se segue contém os títulos que iniciaram os procedimentos de integração no projeto ID@UC.

²³ A presente informação foi recolhida junto de Carlos Costa e Mickael Silva, técnicos multimédia na IUC

Publicação em série	Propriedade	ISSN
Antropologia Portuguesa	Centro de Investigação em Antropologia e Saúde (CIAS)	0870-0990
Biblos	Faculdade de Letras da UC	0870-4112
Boletim da BGUC	Biblioteca Geral da UC	1647-8436
Boletim da Faculdade de Direito	Faculdade de Direito da UC	0303-9773
Boletim de Ciências Económicas	Faculdade de Direito da UC	0870-4252
Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra	Arquivo da Universidade de Coimbra	
Cadernos de Geografia	Instituto de Estudos Geográficos da Faculdade de Letras da UC	0871-1623
Cadernos de Jornalismo	Instituto de Estudos Jornalísticos, agora Secção de Comunicação	1646-6713
Conímbriga	Instituto de Arqueologia da Faculdade de Letras	0084-9189
ECDJ	Arqueologia e Artes, Secção/Instituto de Arqueologia da Faculdade de Letras	1647-8622
Estudos do Séc. XX	Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da UC - CEIS20	1645-3530
Ficheiro Epigráfico: suplemento da revista Conímbriga	Instituto de Arqueologia da Faculdade de Letras	0870-2004
Humanitas	Instituto de Estudos Clássicos	0871-1569
Joelho	Departamento de Arquitetura da Faculdade de Ciências e Tecnologias da UC	0874-6168
Memórias e Notícias	Departamento de Ciências da Terra da F.C.T.U.C. e do Museu Mineralógico e Geológico da Universidade de Coimbra	0870-0397
Murphy: Revista de História e Teoria da Arquitetura	Departamento de Arquitetura da Faculdade de Ciências e Tecnologia da UC	1646-3412
Revista do CEDOUA	Centro de Estudos de Direito do Ordenamento, do Urbanismo e do Ambiente.	2182-2387
Revista Filosófica de Coimbra	Instituto de Estudos Filosóficos da Faculdade de Letras da UC	0872-0851
Revista Portuguesa de Pedagogia	Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da UC	0870-418
Revista Portuguesa de Reparação do Dano Corporal	APADAC / Instituto Nacional de Medicina Legal	1645-0760
Revista Psychologica	Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da UC	0871-4657

Fonte: IUC²⁴

Tabela 1 – Títulos já inseridos em OJS

²⁴ Informação disponibilizada pela Mestre Carla Marques, colaboradora no projeto ID@UC da Imprensa da Universidade de Coimbra.

Através da análise da tabela é possível constatar que o alcance do ID@UC não ficou circunscrito apenas às publicações das Faculdades, dado que alguns Institutos e Centros de Estudos, pertencentes à Universidade de Coimbra, decidiram também aderir a este projeto. Uma das razões que pode explicar este facto é a ligação que alguns docentes têm com a Faculdade de Letras. Dado que esta é parceira deste programa a maioria das revistas presentes no projeto está ligada às Humanidades.

De referir igualmente que, de todas as publicações apresentadas anteriormente apenas o Boletim do Arquivo da Universidade de Coimbra, a Humanitas e a Memórias e Notícias²⁵ se encontram com os processos concluídos no ID@UC. As restantes encontra-se em fase de protótipo, a aguardar por atualizações.²⁶

2.2.3. Tarefas realizadas

Como um dos objetivos do ID@UC é a automatização de todos os processos de gestão por parte dos responsáveis pelas revistas, torna-se necessário que estes dominem a plataforma OJS. Para tal é necessário criar manuais e instruções que facilitem esse fim.

Dado que este trabalho se encontrava ainda por realizar no momento em que iniciiei funções na Imprensa da Universidade, foi-me solicitado que criasse tutoriais em vídeo, mediante o recurso à tecnologia *screencast*, que fossem ao encontro desse objetivo. A execução desta tarefa só se tornou possível com a colaboração dos técnicos multimédia da Imprensa da Universidade, uma vez que este trabalho exigia competências técnicas que eu não possuía na altura.

A referida tarefa foi realizada em estreita colaboração com a Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, nas pessoas da Doutora Maria Manuela Borges e do Doutor António Tavares Lopes. A execução implicou o cumprimento de um plano, definido pelos docentes anteriormente mencionados.

O referido plano foi estruturado da seguinte forma:

²⁵Disponível em <http://iuc-revistas.com/ojs/index.php/humanitas>

²⁶Para visualizar o conteúdo de algumas publicações em série é necessário que os utilizadores procedam a um registo. Futuramente o acesso a determinados conteúdos da revista ou da publicação no seu todo pode implicar o pagamento de uma determinada quantia monetária. A implementação desta decisão não cabe ao projeto ID@UC, mas sim à instituição tutelar dos direitos de autor da publicação em série.

1. Análise da documentação OJS e levantamento das ofertas tutoriais e documentais existentes;

1.1.Documento de referência disponível em linha

Deadline: Até 15 de outubro de 2011

2. Criação de um título de teste e experimentação, a partir da caixa de areia preparada pelo ID@UC

2.1. Título em plataforma OJS

Deadline: Até 30 de setembro de 2011

3. Desenho dos 4 *screencasts*

3.1. Roteiro detalhado (*storyboard*)

Deadline: Até 21 de outubro de 2011

4. Produção do tutorial para os *journal managers*

4.1. *Screencast*

Deadline: Até 4 de novembro de 2011

5. Produção dos tutoriais restantes

5. 1. 3. *Screencasts*

Deadline: Até 2 de dezembro de 2011

6. Revisão dos materiais produzidos

6.1. Versão final dos 4 *screencasts*

Deadline: Até 16 de dezembro de 2011

O cumprimento do primeiro objetivo, para além de visar a análise da documentação OJS existente a nível global, permitiu-me de igual modo ganhar um maior contacto com o *software*.

Numa primeira fase, foi-me necessário recorrer ao motor de busca *Google*, de forma a recolher o máximo de informação possível sobre: como criar utilizadores, configurar uma revista, enviar artigos para publicação, rever e corrigir um artigo, entre outros aspetos. Ao mesmo tempo que analisava esses documentos, procedia ao levantamento das ofertas tutoriais e documentais existentes, dado que muita da informação recolhida

continha hiperligações para vídeos no *Youtube* sobre como realizar determinadas funções. A lista abaixo indicada constitui a súmula da informação recolhida.²⁷

O que é o OJS?:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=RXOuwuhWUss>²⁸

Conjunto de tutoriais sobre a plataforma em causa:

Fonte: <http://www.ibict.br/secao.php?cat=SEER/Apresenta%E7%F5es>

Criar uma publicação em OJS:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=I8LF0Jb4RqQ>

Como criar utilizadores:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=cbrZ7L-dvD4&feature=related>

Eliminar, editar e desativar utilizadores:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=fx8MaDXjoIg>

Criar três tipos de utilizador para a revista (gestor, editor e autor):

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=bm-g5R-JuGY&feature=related>

Mudar o *layout* da página dos utilizadores:

Fonte: http://www.youtube.com/watch?v=epCfJ38_JAk&feature=related

Criar e configurar uma revista:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=lZ6p8OIhRT0&feature=related>

Como submeter um artigo em OJS:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=FWrG6DXsiwQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=qld5yOihj9I&feature=related>

Rever e corrigir um artigo:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=gXAC2a9Y2A0&feature=related>

Atribuir um editor de secção e revisor a um artigo enviado por um autor:

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=9Lr16bYOh0&feature=related>

²⁷ Para facilitar a consulta a lista foi organizada em pequenos grupos, que mais não são do que funções do programa.

²⁸ Todas as fontes mencionadas neste documento foram consultadas em 26 de setembro de 2011.

Uma vez concluída a primeira tarefa, o Doutor António Lopes concedeu-me o acesso à referida plataforma, de modo a que eu criasse um título de teste, a partir da caixa de areia preparada pelo ID@UC. Esta ação tinha como finalidade o conhecimento total do programa e implicou a realização de uma série de experiências e testes para pôr em prática o que tinha aprendido anteriormente.

Os restantes objetivos não foram alcançados, uma vez que as pessoas responsáveis pelo projeto consideraram que as minhas competências estavam mais direcionadas para outros trabalhos.

2.3. Elaboração de *press releases*

Uma das tarefas que realizei ao longo do estágio foi a criação de *press releases* ou comunicados de imprensa. Em virtude de ser uma função que iria executar pela primeira vez, foi necessário proceder a um conjunto de pesquisas relacionadas com a estrutura, com os elementos que deveriam constar nos mesmos, bem como com o registo de linguagem a privilegiar. A recolha desta informação foi completada com esclarecimentos dados pela assistente editorial, Sandra Figueiredo, e com a análise de alguns exemplos, facultados por Mickael Silva, técnico multimédia.

Torna-se importante referir que a execução dos *press releases* dizia apenas respeito ao texto, visto que a IUC possui um *layout* próprio para estes documentos.

Por *press releases* entende-se o «conjunto de informações apresentadas sob forma escrita, que é enviado aos órgãos de comunicação social pelas relações públicas de uma empresa, com a finalidade de informar acerca de determinados acontecimentos de grande atualidade e normalmente relacionados com elementos da comunicação» (Faria e Pericão, 2008: 998).

Nos *press releases* são incluídas informações biográficas e bibliográficas relativas ao autor, a sinopse da obra em lançamento e o público-alvo a quem se destina. Deles devem constar, para além disso, informações sobre o local e hora da apresentação da publicação ao público.

Neste tipo de comunicados de imprensa é conveniente utilizar uma linguagem acessível, de preferência, sem termos técnicos, abreviaturas ou siglas. O título, além de ser criativo e breve, deve ser o mais conciso possível (SciELO). O comunicado deve ainda dar resposta às questões: «Quem?», «O quê?», «Quando?», «Onde?», «Porquê?»

e «Como?» e no final devem ser facultados dados relativos aos contactos da entidade que está a promover o livro, neste caso a Imprensa da Universidade de Coimbra.

No decorrer do estágio realizei três *press releases* respeitantes a monografias: *Comunicação e Educação Republicanas* (vd. Anexo I), *Impressões sobre a Música Portuguesa* (vd. Anexo II) e *Psicologia das Organizações* (vd. Anexo III). Elaborei, também, um quarto comunicado sobre o lançamento de 10 livros da coleção *Portugaliae Monumenta Neolatina* (vd. Anexo IV).

2.4. Revisão e normalização textual de provas

Desde o momento em que uma determinada obra é aprovada para publicação até à sua impressão pela gráfica, muitos passos têm de ser dados. Um deles prende-se com a revisão.

Uma das profissões editoriais que ainda hoje se mantém muito invisível é a de revisor. Exemplo claro dessa situação é a não inclusão do nome do revisor na ficha técnica das publicações por parte de algumas editoras ou as baixas remunerações aplicadas a esta profissão (Coelho, 2010). No entanto, é devido ao seu trabalho que o livro ganha coerência a nível gráfico e, em muitos casos, também a nível linguístico. O certo é que o trabalho do revisor se torna visível sobretudo pela negativa, quando existe alguma contradição no texto, de foro linguístico ou tipográfico, algum erro ortográfico ou um outro tipo de gralha.

Em termos editoriais, o revisor é a «pessoa que lê as cópias e lhes corrige os erros de caixa e os defeitos ortográficos, mediante uma série de sinais próprios destinados a esse efeito» (Faria e Pericão, 2008: 1088).

Para muitos o trabalho de revisor está unicamente associado à «caça de gralhas». Todavia, será essa a única função que ele deve assumir sempre que revê um texto? A resposta é não, na medida em que «rever é uma atividade que assume dimensões diferentes, com características e exigências distintas» (Coelho, 2010).

Além de se preocupar com as questões das gralhas, o revisor deverá ter em atenção a forma como as notas de rodapé e as referências bibliográficas são construídas, a translineação (*revisão tipográfica*), a necessidade ou não de se proceder à adaptação do texto original a um público específico (*revisão de linguagem*), a procura de erros ao nível tipográfico e a falta de critério nos mesmos elementos ao longo do texto (*revisão de normalização*). O revisor deve-se preocupar igualmente com a correção linguística

(*revisão linguística*) e pode inclusive apresentar sugestões de melhoria literária (*revisão literária*). Se o mesmo considerar que o conteúdo do texto não se adequa ao que é pretendido e é necessário selecionar novos conteúdos, então o revisor está a aprofundar a sua intervenção ao nível do *editing*.

Antes de iniciar a sua atividade, o revisor deve estar ciente da abordagem (mais restrita ou extensiva) que melhor se adequa ao trabalho que irá realizar. No decorrer do mesmo poderá ter que adaptar estratégias, pois poderá ser necessário o recurso a mais que uma abordagem (Coelho, 2010).

Na Imprensa da Universidade de Coimbra, o revisor intervém depois de o documento original ter sido aprovado para publicação em Conselho Editorial e ter sido realizada uma primeira diagramação. Concluída a revisão, a obra é encaminhada para o autor, para este ter a noção do trabalho gráfico efetuado e das alterações/sugestões que foram realizadas pelo revisor. Geralmente, os autores aproveitam esta fase para incluírem algumas modificações (em alguns casos chegam a ser substanciais), que posteriormente são enviadas para o técnico multimédia ou para o revisor. Porém, é nesta fase que surgem alguns problemas, pois há autores que discordam das alterações sugeridas pelo revisor ou então não concordam com as opções gráficas tomadas. Resolvidas estas questões, procede-se à última verificação de provas, que tem como finalidade averiguar se foram introduzidas todas as correções que foram sugeridas, tanto da parte do autor, como do revisor.

Como refere Silva (2011), este é o processo ideal que, sempre que possível, é aplicado. Contudo, existem situações em que este processo se torna muito complexo, tal é a quantidade de vezes que a obra circula entre revisor, técnico e autor.

Para que este trabalho possa ser simplificado e agilizado, é importante que exista além de uma relação próxima, uma ótima comunicação entre todas as partes envolvidas neste processo, com vista à redução do tempo de elaboração de uma publicação.

Atualmente, não existe na IUC, um profissional que faça da revisão o único ofício, pois esta atividade é realizada por diversas pessoas, nomeadamente a diretora-adjunta, a assistente editorial ou um técnico multimédia.

Logo após o início do estágio tive a oportunidade de desenvolver algumas tarefas nesta área, nomeadamente na verificação de segundas provas da obra *Algarve na Época Moderna. Miunças 2* de Joaquim Romero Magalhães. A minha tarefa consistia na comunicação das correções efetuadas nesta obra ao técnico multimédia Mickael Silva, para que este pudesse averiguar se as mesmas já tinham sido objeto de retificação.

Esta tarefa foi facilitada, uma vez que as correções assinaladas no texto estavam de acordo com a norma NP-61 de 1987, que diz respeito aos sinais de Correções Datilográficas ou Tipográficas, que é aplicada em todos os trabalhos de revisão da IUC.

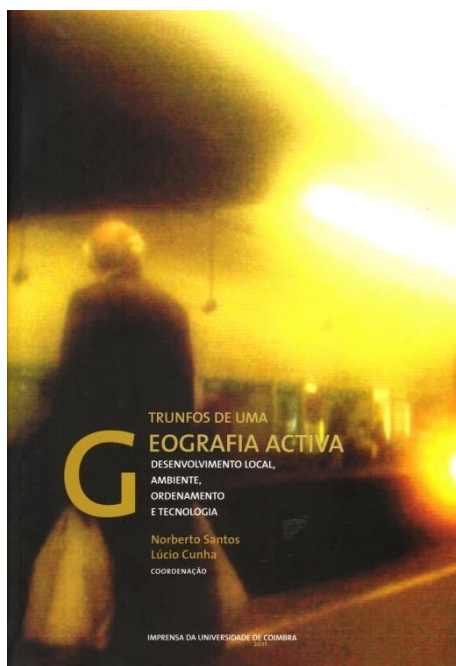
Posteriormente, por solicitação da assistente editorial, Sandra Figueiredo, analisei a segunda prova da *Psychologica* N.º 52 Vol. II, dirigida por Eduardo J. R. Santos (cf. Imagem). Como se tratava de uma publicação constituída por numerosos artigos de autores diferentes, foi necessário verificar se as referências bibliográficas estavam de acordo com a norma em questão, e se a ordem dos autores nos artigos estava em conformidade com a informação que constava no índice. Se essa situação não se verificasse era necessário proceder-se à sua correção.



Fonte: Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da UC

Figura 9 – Revista Psychologica N.º 52

Em termos de revisão, o trabalho mais exigente e ao mesmo tempo desafiante foi a correção das provas referentes à obra *Trunfos de uma Geografia Activa. Desenvolvimento Local, Ambiente, Ordenamento e Tecnologia*, coordenada por Norberto Santos e Lúcio Cunha. A imagem seguinte representa a capa da publicação.



Fonte: Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da UC

Figura 10 – Trunfos de uma Geografia Ativa.

O excesso de trabalho que a IUC tinha no momento em que este livro foi aprovado para publicação levou a que a diagramação fosse atribuída a uma empresa externa. Deve, contudo, referir-se que a empresa contratada para a realização desta tarefa recorreu ao programa informático *Microsoft Word*, um *software* de digitação e tratamento de texto e não de edição de texto.

Quando procedi à análise inicial das segundas provas constatei que continham erros significativos, que foram sendo sinalizados à margem do texto. Alguns deles estavam relacionados com a escolha do programa para se diagramar, nomeadamente a não alteração da hifenização sempre que era preciso e a inconformidade de títulos e autores no índice e no corpo do livro, pois a adequação não era executada de forma automática.

A acrescentar a estes erros verificou-se uma indefinição de estilos, a par com a falta de critério na utilização de *small caps* e *big caps* no índice e nos títulos de capítulos.

Em virtude de existirem muitas incorreções falei com a Dr.^a Maria João Padez para averiguar qual a melhor solução para os referidos problemas. Neste seguimento foi sugerido que ficasse eu próprio encarregue de entrar em contacto com o técnico que diagramou a obra e lhe transmitisse todas as lacunas encontradas.

Perante esta situação entrei em contacto com o técnico responsável por este trabalho, que prontamente se disponibilizou a corrigir os referidos erros e a enviar uma nova versão de provas.

Posteriormente, constatei que não existia um critério de uniformidade nas referências bibliográficas, nas legendas das imagens e na numeração das tabelas e gráficos, que ora apareciam em numeração romana ora em numeração decimal.

Socorri-me então das normas²⁹ que a IUC utiliza para publicar. De referir que todo o trabalho de revisão teve como suporte as regras em questão.

A questão dos travessões também foi objeto de modificação, na medida em que umas vezes se utilizava hífenes e em outras situações idênticas se utilizava travessões.

Os referidos erros iam aparecendo em catadupa à medida que ia avançando na verificação das provas.

Poder-se-ia atribuir a explicação para a existência de algumas destas gralhas ao facto deste livro ter sido o resultado da agregação de um conjunto de artigos para atas produzidas num Congresso por autores distintos. Porém, este argumento não pode servir como justificação para estas incorreções, dado que um técnico diagramador deve sempre ter estes aspetos em linha de conta e seguir, do princípio ao fim, um critério de uniformização.

Para além destas falhas identifiquei outros problemas, nomeadamente, na construção de tabelas e na qualidade de algumas imagens, que não tinham sido alvo de intervenção gráfica.

Posteriormente, entrei de novo em contacto com o técnico para corrigir os erros que tinha identificado.

Esta experiência de trabalho contribuiu de maneira substancial para o aprofundamento dos meus conhecimentos na área de revisão. Nesta linha considero que qualquer tipo de diagramação deve ser realizado obrigatoriamente nos programas de edição que existem e que são construídos para o efeito, para que não se verifiquem situações como as já relatadas.

É importante referir, de igual forma, que uma função como esta requer impreterivelmente uma elevada capacidade de concentração, de forma a encontrarmos o máximo de defeitos e lacunas que possam existir e a apresentar soluções.

Outro aspeto importante, e que serve de aprendizagem para o futuro, foi a execução de tarefas por objetivos, isto é, sempre que detetava novas falhas, terminava o que estava a rever e só depois procedia à verificação de toda a obra, para averiguar se essas falhas se repetiam muitas vezes ou constituíam casos pontuais. O tempo despendido

²⁹ Disponível na WWW:<URL:http://www.uc.pt/imprensa_uc/Autores/normas> [Consult. 23 maio 2012].

com esta análise foi elevado mas, na minha ótica, a qualidade da revisão textual saiu reforçada.

Deve-se referir que, apesar de todos os esforços aplicados nesta área, a verdade é que alguns erros que escapam ao olhar «clínico» do revisor.

Para que uma revisão seja considerada de boa qualidade é necessário que o revisor domine a língua portuguesa, possua uma cultura geral abrangente, seja o mais rigoroso possível, tenha uma rede de contactos que lhe permita esclarecer alguma dúvida que possa surgir no decorrer do processo de revisão e conheça as regras tipográficas que a editora privilegia. Para além destas competências, o profissional em causa deve-se munir de uma série de livros, como dicionários, prontuários, gramáticas, normas tipográficas, para que o seu trabalho seja efetuado da melhor forma possível.³⁰

Durante o estágio tive ainda a oportunidade de auxiliar Mickael Silva na inserção das correções realizadas nas monografias *O Ensino do Português. Como tudo começou* (de Luísa Carvalho) e *A Vida nas Escolas: casos para a formação de professores*, coordenado por Ana Rodríguez Marcos e Teresa Pessoa. A minha tarefa consistia em ditar ao técnico as modificações mencionadas nos textos, para que este as pudesse inserir no ficheiro digital.

2.5. Atualização da plataforma de gestão editorial das obras da IUC

A IUC dispõe de uma plataforma de gestão editorial de obras, denominada *noprelo* (cf. imagem seguinte).



Fonte: IUC

Figura 11 – Noprelo

³⁰ Informações recolhidas na aula de Revisão Textual do curso de 2.º Ciclo em Estudos Editoriais.

A atribuição deste nome a este sistema teve como inspiração a «máquina primitiva de impressão manual usada durante muitos anos pelos impressores, antes da invenção das máquinas cilíndricas» (Faria e Pericão, 2008: 993).

Noprelo surgiu da necessidade de facilitar o acesso à informação dos processos individuais de cada publicação, dado que o sistema utilizado anteriormente apresentava alguns condicionalismos a esse nível (Almeida, 2011: 57).

Esta plataforma constitui a rede intranet da Imprensa e permite que todos os utilizadores possam aceder à informação de forma atualizada e em simultâneo.

No momento em que iniciei funções nesta editora académica eram poucas as obras que estavam inseridas *noprelo*, uma vez que o mesmo ainda se encontrava em fase inicial. Foi-me proposto que durante a realização do estágio pudesse dar continuidade ao trabalho, que fora realizado anteriormente pela estagiária Ana Rita Almeida, e inserisse os dados das publicações desde que a IUC foi reativada até à atualidade.

Em virtude de eu nunca ter trabalhado com este tipo de plataformas, foi necessário que me explicassem a sua estrutura e modo de funcionamento.

A informação *noprelo* está organizada de acordo com os seguintes campos: *geral*, *noprelo*, *lançamentos*, *catálogo* (dos diversos anos) e *gráficas*. As atividades que realizei circunscreveram-se aos campos *noprelo* e *catálogo*.

A inserção dos dados na plataforma em análise implicou a consulta dos processos das publicações, que estavam localizados no arquivo corrente, intermédio e histórico desta casa editorial. Esta tarefa foi realizada com o intuito de preencher os seguintes campos: *título*; *ano*; *coleção*; informação do(s) autor(es) (*nome*, *BI/CC*, *email*, *telefone*); *contrato de edição*; *preço de custo e capa*; *dimensão da obra*; *tiragem*; *referees*; *paginação*; *ordem de impressão*; *custos e apoios*.

Foi igualmente necessário preencher o campo *estado da obra*. Este tópico constitui a diferença entre um título estar localizado na secção *noprelo* ou em *catálogo*, pois uma obra que esteja em processo de arbitragem, revisão, tradução ou diagramação tem de ser colocada *noprelo*. A partir do momento em que a mesma está impressa transita para a secção *catálogo*.

Ao longo da prossecução desta tarefa tive algumas dúvidas no preenchimento das informações relativas aos custos associados à publicação. Recorri nestes casos a Catarina Salgado, responsável pelo secretariado de edição e faturação, que prontamente me deu as explicações necessárias.

No total introduzi 286 títulos *noprelo*: 2 em 1999; 3 em 2000, 5 em 2001, 6 em 2002, 9 em 2003, 16 em 2004, 17 em 2005 e 35 em 2006. Refira-se que inseri 26 títulos em 2007, 39 em 2008, 51 em 2009, 66 em 2010 e por fim 11 em 2011.

2.6. Controlo de qualidade de obras

O estágio que realizei na IUC não se centrou unicamente nas tarefas descritas anteriormente, pois tive a possibilidade de proceder ao controlo de qualidade de duas publicações provenientes de uma gráfica. Como consequência desta ação, pude ter uma noção mais real da cadeia do livro e da importância que todos os intervenientes têm neste processo, uma vez que, se houver alguma falha o processo é afetado e o lapso de tempo decorrido até à obra ser colocada junto do público-alvo será significativamente maior.

Sendo a qualidade um conceito subjetivo, e que está relacionado com a perceção dos indivíduos sobre determinado produto ou serviço, importa esclarecer a sua possível definição.

Segundo o Decreto-Lei n.º 140/2004 de 8 de junho, qualidade é definida como o «conjunto de atributos e características de uma entidade ou produto que determinam a sua aptidão para satisfazer necessidades e expectativas da sociedade».

A Associação Portuguesa para a Qualidade (*apud* Alves e Saraiva, 2011: 2) vê a qualidade como «a totalidade das características de um produto ou serviço que determinam a sua aptidão para satisfazer uma dada necessidade».

Existem várias definições sobre o assunto, porém todas assentam num mesmo denominador: a satisfação das necessidades dos utilizadores.

A implementação de um qualquer produto/serviço no mercado está invariavelmente dependente da qualidade que o mesmo apresenta. Se este não for ao encontro das necessidades do público ou não apresentar qualidade, dificilmente terá sucesso. Para que as empresas se afirmem no mercado e possam subsistir têm que ter como principal arma diferenciadora a qualidade.

Este é o principal motivo que leva a que os livros chegados das gráficas sejam conferidos na Imprensa (por amostragem ou à unidade). O controlo de qualidade é efetuado por uma questão de segurança, a fim de se conferir se o trabalho impresso corresponde ao que foi idealizado pela editora.

A primeira atividade que executei neste sentido foi o controlo de qualidade do livro *Norma e Transgressão*, coordenada por Carmen Soares, Maria do Céu Fialho, María Consuelo Alvarez Morán [et.al.]. Esta tarefa foi solicitada por Sandra Figueiredo. Na verificação de todos os exemplares da respetiva obra não foram identificados quaisquer erros. Além de mim, esta função foi desempenhada pela outra estagiária, Tânia Oliveira.

Dentro da mesma área procedi ao controlo de qualidade do livro *Ritmos do Jardim Botânico* da Universidade de Coimbra de Ana Cristina Tavares. Em virtude de ser uma atividade morosa, que iria exigir a verificação de toda a tiragem da obra, contou-se com a participação de todos os estagiários da Imprensa (Irma Čižauskaitė, Susana Cardigos, Tânia Oliveira).

Logo no início do trabalho foram detetados muitos defeitos numa grande quantidade de exemplares, como erros de corte, vincos, sujidade e falta de secagem. À medida que íamos procedendo ao controlo de qualidade verificámos que os problemas mencionados eram recorrentes em quase todos os livros e que eram poucos os casos em que se constatava a inexistência de defeitos.

Perante essa situação foi-nos solicitado que preenchêssemos uma ficha de controlo de qualidade (vd. tabela seguinte), desenvolvida pelo diretor de imagem, Dr. António Barros e posteriormente adaptada por Carlos Costa, na qual seriam anotadas todas as falhas que os livros apresentassem.

N.º Livro	Capa/Contracapa	Miolo						
		Acabamento	Montagem	Impressão	Vinco e Corte	Fundo com grão	Sujidade	Falta de secagem
1								
2								
3								
4								
5								

Fonte: IUC

Tabela 2 – Ficha de controlo de qualidade

No total foram analisados 258 exemplares deste livro. Destes, 156 continham erros de corte, 253 de acabamento, 247 de montagem, 258 de impressão, 201 com problemas de vinco e corte, 253 com fundo com grão, 253 com sujidade e por fim 258 com falta de secagem. Depois de analisar estes dados, pode-se concluir que a Publidisa não efetuou o controlo de qualidade desta publicação. A IUC viu-se obrigada a proceder à devolução dos exemplares à gráfica.

De forma a fundamentar os dados apresentados, a Dr.^a Maria João Padez pediu para que fossem tiradas fotografias aos defeitos detetados, que posteriormente seriam agregados a esta lista.

A situação descrita anteriormente serve de exemplo para demonstrar a importância que o controlo de qualidade tem para a editora universitária.

2.7. Outras atividades

Para além das atividades acima registadas, auxiliei a responsável pelas vendas e consignações, Graça Gonçalves, na seleção de livros para uma feira *outlet* da especialidade que se iria realizar na Universidade de Coimbra.

Colaborei igualmente na realização de tarefas administrativas da Imprensa, nomeadamente no preenchimento de documentação (cartas e avisos de receção) para o concurso de admissão de dois estagiários.

CONCLUSÃO

Fazendo a retrospectiva dos quatro meses em que colaborei como estagiário na Imprensa da Universidade de Coimbra, considero que esse tempo foi muito importante para a minha formação, pois permitiu-me adquirir e desenvolver novas competências, essenciais para quem trabalha no mundo da edição.

O estágio realizado permitiu-me conhecer *in loco* o circuito do livro e a realidade do mercado editorial universitário em Portugal.

A organização e a estrutura das editoras universitárias têm sofrido nestes últimos anos uma rápida transformação, motivada principalmente pela incorporação do desenvolvimento tecnológico no mundo editorial. Um outro fator que, pela negativa, é certo, tem vindo a contribuir para essa evolução são as dificuldades financeiras que o país atravessa, que têm levado a imprensa universitária a encontrar novas formas de adaptar a sua estrutura e política editorial aos novos tempos.

Os avanços tecnológicos operados na edição universitária, nomeadamente o lançamento dos livros eletrónicos, têm modificado a «imagem de catálogo» das Universidades. O sucesso ou fracasso da imprensa universitária depende muito da forma como ela se adapta às novas tecnologias.

A Imprensa da Universidade de Coimbra fez um enorme investimento no sentido de se modernizar e acompanhar a evolução dos tempos. A criação de uma secção de livros eletrónicos no seu catálogo, a disponibilização de títulos na plataforma da *Google* (*Google Books*), o projecto ID@UC e, muito recentemente, a idealização e criação de repositórios digitais de livros (*Pombalina*) e de publicações em série (*Impactum*) para títulos da Universidade de Coimbra e de fora dela são exemplos da forma como a IUC tem vindo a acompanhar as novas tendências da edição.

Durante o meu estágio realizei um conjunto diversificado de tarefas, que me permitiram intervir em várias fases do processo editorial. Destacaria a elaboração de *press releases*, a revisão e normalização textual de provas, a atualização da plataforma de gestão editorial das obras da IUC e o controlo de qualidade de alguns títulos, provenientes das gráficas. A experiência adquirida ser-me-á muito útil em qualquer contexto de trabalho no sector da edição, seja ela comercial ou institucional. Destacaria igualmente, no âmbito do estágio, a importante aprendizagem da utilização do software *Open Journal Systems* (OJS). Os conhecimentos adquiridos relativamente ao OJS poderão ser-me muito úteis aquando da entrada na vida activa como profissional da

edição, uma vez que, se as revistas científicas estão cada vez mais a apostar na internet como meio de divulgação dos seus conteúdos, precisam de técnicos habilitados para assegurar todo o trabalho de gestão e manutenção da edição online.

Para a realização dos trabalhos que me foram solicitados foram-me muito úteis os conhecimentos teóricos adquiridos nas diferentes disciplinas do Mestrado em Estudos Editoriais, particularmente nas unidades curriculares de Revisão do Texto e Multimédia Editorial.

O estágio na IUC permitiu-me consciencializar que é realmente possível editar bem com recursos limitados. Apesar de a IUC ser uma pequena editora, o volume de publicações é grande e a qualidade atinge os níveis de excelência, o que se deve ao empenho da Direção e dos funcionários que «abraçam» esta editora, fazendo de cada projeto um projeto seu. O trabalho de equipa e as relações de amizade e companheirismo que unem todos os colaboradores são fatores chave para o sucesso da IUC e fazem dela a casa editora ideal para um estagiário conhecer *in loco* o mundo da edição em Portugal, particularmente o da edição universitária.

A abertura que a Imprensa da Universidade de Coimbra cultiva, nomeadamente na oferta de lugares de estágio, na cooperação com outras entidades (nacionais ou internacionais) e no grande estímulo dado ao associativismo das editoras universitárias, contribui para a consolidação desta editora no topo da imprensa universitária em Portugal.

Da análise que pude fazer da atividade da Imprensa da Universidade de Coimbra penso poder concluir que esta casa editorial soube adequar o seu projeto a uma realidade em rápida mudança e soube adaptar-se aos novos tempos, apostando nas novas tecnologias da informação e comunicação ao serviço da edição, sem, contudo, perder de vista os meios e suportes convencionais. Penso que o caminho de futuro passará também por uma aposta cada vez maior no *print-on-demand*, como forma de diminuir *stocks* e rentabilizar investimentos, e por estratégias de *marketing* que permitam atingir um público mais vasto.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Ana Rolo; SARAIVA, Margarida (2011) - *A qualidade e a inovação como fatores de competitividade e criação de valor*. [Em linha]. [Consult. 24 maio 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://rdpc.uevora.pt/handle/10174/3646>>.

BORGES, Maria Manuel; LOPES, António Tavares (2009) - «Comunicação formal da ciência: a sustentabilidade da revista científica». In: BORGES, Maria Manuel; SANZ CASADO, Elias (coords.) - *A ciência da informação criadora de conhecimento: actas do IV Congresso EDIBCIC 2009, Coimbra, 18 a 20 de Novembro*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. (Série Documentos). Vol. 2, 465-467.

BORGES, Maria Manuel (2011) - *Relatório de Actividades Pedagógicas e Científicas*. [Em linha]. [Consult. 1 março 2012]. Disponível na WWW: <URL:http://www.uc.pt/fluc/docentes/relatoriospdf/atividades.../mm_borges.pdf>.

BOTTENTUIT JUNIOR, João Batista; COUTINHO, Clara Pereira (2007) - «A Problemática dos EBooks: um contributo para o estado da arte». *Memórias da 6.ª Conferência Ibero-americana em Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI)*. Orlando, EUA. Vol. 2, 106-111.

COELHO, Sérgio (2010) - *Uma questão de fé*. [Em linha]. [Consult. 21 maio 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://blogtailors.com/3993374.html>>.

DOI System - *Welcome to the DOI System*. [Em linha]. [Consult. 26 fevereiro 2012]. Disponível na WWW: <URL:<http://www.doi.org/>>.

DOUGHERTY, Peter J. (2010) - Reimagining the University Press: a Checklist for Scholarly Publishers. *Journal of Electronic Publishing*, 13. [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://quod.lib.umich.edu/j/jep?type=simple&rgn=full+text&q1=Reimagining+the+University+Press%3A+A+Checklist+for+Scholarly+Publishers>>.

FARIA, Maria Isabel; Pericão, Maria da Graça (2008) - *Dicionário do livro: da escrita ao livro electrónico*. Coimbra: LivrariaAlmedina.

FISTER, Barbara (2010) - The Future of University Presses...and why libraries should be part of it. [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW: <URL:http://www.libraryjournal.com/lj/home/888290264/the_future_of__university.html.csp>.

FLAG. *Curso Estruturação de Base de Dados e Linguagem SQL*. [Em linha]. [Consult. 26 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://www.flag.pt/pages/curso.asp?idcurso=118&id=3>>.

Imprensa da Universidade de Coimbra (coord.) (2001) - *Imprensa da Universidade de Coimbra: a história, os homens e os livros*. Coimbra: Imprensa da Universidade. ISBN 972-8704-01-1.

LEÃO, Delfim (2012) - Tem a Palavra. *Newsletter UC* [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:http://www.uc.pt/noticias/newsletter/042012/tem_a_palavra>.

LINDON, Denis; LENDREVIE, Jacques; LÉVY, Julien [et.al.](2004) - *Mercator XXI, Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote.

KOTLER, Philip; WONG, Veronica; SAUNDERS, John [et.al.](1999) - *Principles of Marketing* (4.^a ed.). New Jersey: Prentice Hall.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane (2006) - *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

MARTINS, Jorge Manuel (1999) - *Marketing do livro: materiais para uma sociologia do editor português*. Oeiras: Celta.

MLA AD COMMITTEE (2002) - *The Future of Scholarly Publishing*, 172-186. [Em linha]. [Consult. 26 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://www.mla.org/pdf/schlrlypblshng.pdf>>.

OPEN JOURNAL SYSTEM. Public Knowledge Project. [Em linha]. [Consult. 23 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://pkp.sfu.ca/?q=ojs>>.

OPEN SOURCE INICIATIVE. [Em linha]. [Consult. 26 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://www.opensource.org/>>.

PHP. [Em linha]. [Consult. 26 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:http://pt2.php.net/manual/pt_BR/preface.php>.

PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT (2006) - *OJS em uma Hora*. Canada: PKP.

SCIELO [s/d]. *Orientações para escrever um comunicado de imprensa (pressrelease) para a SciELO*. [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://www.scielo.org/php/level.php?lang=pt&component=56&item=52>>

SILVA, Mickael Gomes da (2011) - *Relatório de Estágio em Edição na Imprensa da Universidade de Coimbra*. Aveiro: Universidade de Aveiro.

[s.n.] (2000). Scholarly Publishing. *Panel on the Future of Scholarly Publishing*, 35, 94-96. [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://www.educause.edu/EDUCAUSE+Review/ERVVolume352000/EDUCAUSEReviewMagazineVolume35/157611>>.

[s.n.] [s/d] *O que é o Open Access?* [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:http://projeto.rcaap.pt/formar/mod1/contents/open_access.html>.

UNESCO (1994) - *Manifesto da Unesco sobre Bibliotecas Públicas*. [Em linha]. [Consult. 12 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://archive.ifla.org/VII/s8/unesco/port.htm>>.

WILLINSKY, John (2006) - *The Access Principle: The Case for Open Access to Research and Scholarship*. [Em linha]. Cambridge: The MIT Press. [Consult. 23 fevereiro 2012]. Disponível na WWW:<URL:http://kuramoto.files.wordpress.com/2008/09/theaccessprinciple_themitpress_0262232421.pdf>.

WITTENBERG, Kate (2010) - Reimagining the University Press. *Journal of Electronic Publishing*, 13. [Em linha]. [Consult. 27 abril 2012]. Disponível na WWW:<URL:<http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0013.203?rgn=main;view=fulltext;q1=Reimagining+the+University+Press>>.

ZAID, Gabriel (2008) - *Livros de mais: ler e publicar na era da abundância*; trad. de Miguel Graça Moura. Lisboa: Temas e Debates.

ANEXOS

Anexo I – Comunicação e Educação Republicanas

No próximo dia 28 de outubro, sexta-feira, às 18h, decorrerá no Teatro Académico Gil Vicente a apresentação da obra *Comunicação e Educação Republicanas*, coordenada por Ana Teresa Peixinho e Clara Almeida Santos.

O presente livro «*Comunicação e Educação Republicanas*» reúne um conjunto de conferências e comunicações livres proferidas no 3.º Colóquio Internacional, denominado 1910-2010: comunicação e educação republicanas, que foi organizado pelo Grupo 5 do CEIS 20 (Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX).

Organizada em três partes: *Os Homens e a República*, *Os Media e a República e República e Educação*, a obra *Comunicação e Educação Republicana* pretende demonstrar que o jornalismo além do papel informativo que tem deve educar a sociedade para uma cidadania ativa e responsável, tendo por base a ideia de «bem público» e de um «bem comunicável a todos».

Anexo II – Impressões sobre a Música Portuguesa

Impressões sobre a Música Portuguesa - Panorama, Criação, Interpretação e Esperanças é o novo livro de José Eduardo Martins, que será dado a conhecer no próximo dia 3 de novembro, pelas 17h45, no Museu Nacional Machado de Castro. A apresentação incluirá um recital da responsabilidade do autor da obra.

Todos os textos e artigos presentes no livro têm algo em comum: a música portuguesa. De 1922 até à atualidade, do barroco à contemporaneidade, José Eduardo Martins aborda áreas como a interpretação, análise, a pianística, a vida musical em Portugal. Da obra constam ainda encontros com figuras relevantes que o autor se cruzou ao longo de 50 anos de visitas a Portugal, para a realização de palestras e recitais. Em *Impressões sobre a Música Portuguesa*, Martins fala da sua experiência pessoal frente a um segmento expressivo do repertório português para piano.

José Eduardo Martins nasceu na cidade de São Paulo em 1938. A sua formação académica foi realizada nessa cidade. Parte da sua vida foi passada em Paris onde trabalhou com Marguerite Long ou Jean Doyen. Autor de 22 CD's, 6 dos quais de música portuguesa, Martins foi responsável pela composição de 130 músicas de autores de diversos países. *Doctor Honoris Causa* pela Universidade Constantin Brancusi da Roménia e Académico Honorário da Academia Brasileira de Música. Das inúmeras condecorações que recebeu destaca-se a atribuição da Ordem do Rio Branco pelo governo brasileiro e a nomeação como *Officier dans l'Ordre de la Couronne* por concessão de Sua Majestade Alberto II, Rei dos Belgas.

Anexo III – Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos

A Diretora da Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação e o Diretor da Imprensa da Universidade de Coimbra têm o prazer e a honra de convidar V.^a Ex.^a para a apresentação da primeira obra da *Coleção Coimbra Companions: Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos*, coordenado por A. Duarte Gomes. Esta coletânea de estudos será dada a conhecer no próximo dia 3 de outubro, às 17h30, nos Claustros da Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Coimbra.

Sinopse:

O presente livro surgiu da necessidade em colmatar uma lacuna que existia em Portugal em termos de bibliografia sobre *Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos* em língua portuguesa. Elaborado em conjunto por investigadores nacionais e estrangeiros este livro resulta da união de esforços, de troca de experiências e aprendizagens.

Sendo a Psicologia uma área que estuda o comportamento dos indivíduos em diferentes contextos, a obra *Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos* irá incidir o seu objeto de análise no estudo de como os indivíduos se inserem numa organização, como ela funciona, qual o seu desempenho e desenvolvimento.

A informação contida no presente livro está organizada segundo a lógica do agrupamento de temas de acordo com as categorias das organizações, trabalho e recursos humanos. Temas como os *stakeholders*, gestão de conflitos, motivação, condições de trabalho, recrutamento de pessoal, influência das novas tecnologias na organização do trabalho, são abordados nos diversos capítulos da obra.

O Autor:

A. Duarte Gomes é doutorado em Psicologia das Organizações e do Trabalho pela Universidade de Coimbra. Desde 1979 é docente desta Universidade, onde já foi Presidente do Conselho Diretivo da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação e responsável pela fundação do Núcleo de Psicologia das Organizações (NEFOG). Atualmente é coordenador do mestrado europeu *Erasmus Mundus* em Psicologia das Organizações, do Trabalho e dos Recursos Humanos e membro de diversas associações (EAWOP, AIPTLF). Integra igualmente diversos projetos de investigação e comissões

nacionais e internacionais da especialidade. Do seu trabalho académico resultou a elaboração de inúmeros artigos científicos e a escrita de alguns livros.

Destinatários:

O livro *Psicologia das Organizações do Trabalho e dos Recursos Humanos* tem como destinatários os alunos de Psicologia e todos quantos se interessem pelo estudo do comportamento do ser humano dentro das organizações.

Anexo IV – Lançamento da coleção *Portugaliae Monumenta Neolatina*

No próximo sábado, dia 15 de outubro, terá lugar na Embaixada de Portugal no Brasil o pré-lançamento dos dez primeiros livros resultantes da parceria institucional entre a Imprensa da Universidade de Coimbra (Portugal) e a Editora Annablume (Brasil).

Os livros a apresentar estão inseridos na coleção *Portugaliae Monumenta Neolatina* e têm como coordenador Sebastião Tavares de Pinho. O critério distintivo desta coleção assentou na seleção, dentre as principais figuras do Humanismo português, de autores que escreveram em Latim e que representassem diversos modelos de literatura neolatina, como a poesia ou subgêneros da epistolografia poética e de narrativa.

O evento em questão fará parte de uma mesa-redonda organizada pela Embaixada de Portugal no Brasil, a Cátedra UNESCO Archai da Universidade de Brasília, a Imprensa da Universidade de Coimbra, o Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos da UC e a Editora Annablume. A mesa será composta por representantes de cada instituição que nas suas intervenções irão falar de projetos de colaboração institucional entre os dois países no domínio científico-editorial, como é o caso da disponibilização do acervo da Imprensa da Universidade de Coimbra no Brasil.

Durante o 35.º Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciências Sociais (ANPOCS) em Caxambú MG serão lançados os seguintes títulos:

Compêndio da Arte Militar

de Vegécio

Tradução e comentários de João Gouveia Monteiro e José Eduardo Braga

A Estética e as Cidades

de Georg Simmel

Tradução e comentários de Carlos Fortuna

Cidadania, Políticas Públicas e Redes Sociais

Organizado por Sílvia Portugal e Paulo Henrique Martins